

ИКОНОМИКА

(Уводен курс)

Събина Ракарова

Елена Спасова





НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ

Икономика

(Уводен курс)

Събина Ракарова

Елена Спасова

2017

© Издателство на Нов български университет, 2017
София 1618, ул. „Монтевидео“ №21
www.nbu.bg

© Събина Ракарова, Елена Спасова – автори

© Веселина Василева - предпечат

Всички права са запазени. Не е разрешено публикуването на части от книгата под каквато и да е форма - електронна, механична, фотокопирна, презапис или по друг начин - без писменото разрешение на носителя на авторските права.

ISBN 978-954-535-986-6

Съдържание

Предговор	4
Тема първа: Икономика и икономическа теория.....	6
Тема втора: Основен проблем в икономиката	12
Тема трета: Пазарът в икономиката.....	16
Тема четвърта: Търсене и предлагане.....	20
Тема пета: Търсенето и предлагането на пазара.....	27
Тема шеста: Неконкурентни пазари.....	31
Тема седма: Теория на търсенето.....	39
Тема осма: Еластичност на търсенето	46
Тема девета: Разходи за предлагането на продукция.....	53
Тема десета: Теория на фирмата	59
Тема единадесета: Несъвършена конкуренция.....	67
Тема дванадесета: Фирмени цели, различни от максималната печалба	71
Тема тринадесета: Разпределение на дохода	75
Тема четиринадесета: Неконкурентни факторни пазари.....	82
Тема петнадесета: Цени на производствените фактори.....	88
Тема шестнадесета: Икономиката като цяло	95
Тема седемнадесета: Съвкупен продукт и доход	103
Тема осемнадесета: Измерване на брутният вътрешен продукт	108
Тема деветнадесета: Съвкупно предлагане.....	116
Тема двадесета: Съвкупно търсене и макроикономическо равновесие.	123
Тема двадесет и първа: Циклично развитие на икономиката.....	129
Тема двадесет и втора: Икономически растеж	136
Тема двадесет и трета: Инфлация и дефлация.....	144
Тема двадесет и четвърта: Безработица.....	153
Тема двадесет и пета: Пари и банки.....	160
Тема двадесет и шеста: Парите в икономиката	167
Тема двадесет и седма: Управление на икономиката чрез парична политика	172
Тема двадесет и осма: Управление на икономиката чрез фискална политика	178

Тема двадесет и девета: Международна търговия и платежен баланс	185
Тема тридесета: Валутна размяна	193
Примерен тест	199

Предговор

Учебникът е написан специално за студенти, които изучават икономикс като част от тяхната майнър програма или втора специалност. Той е ориентиран преди всичко към хора, които за първи път се срещат с тази фундаментална икономическа дисциплина.

Майнър програмите се предлагат в академични институции – университети и колежи, които споделят образователната философия, определяна като „liberal arts“. Такъв университет в България е Нов български университет. Той се стреми да дава широки фундаментални знания и да развива интелектуалния потенциал на обучаваните в предлаганите бакалавърски програми. В процеса на своето обучение в основната програма „major“ през третата и четвъртата година студентите получават възможност да изберат от широк спектър „minor“ програми такава, която им осигурява знания и умения по втора специалност, близка или далечна по отношение на първата.

Възможностите за завършване на майнър програма са ценени от студенти, които имат намерение да правят кариера в избрания мейджър и едновременно с това да се развиват по посока на личните си интереси. Други очакват по този начин да получат допълнителна специализация, която ще разшири потенциала за професионална реализация.

Безусловно майнър обучението в сферата на финансите, счетоводството, маркетинга и управлението представлява основа за успешно кариерно развитие. Студентите, които се обучават днес, утре ще бъдат изправени пред изключително остра конкуренция на трудовия пазар. Възможността чрез майнър програмите да се развият между дисциплинарни умения е от първостепенно значение за обучаваните.

Съдържанието на учебника има въвеждащ характер и предполага, че студентите ще ползват допълнителна литература, която ще ги подпомогне в усвояването на сложната и обемна икономическа теория. Голяма част от учебниците по икономика са написани „академично“ – терминологично прецизно и много детайлно, наситени с математически формули и графики. Това създава сериозни трудности при разбирането и усвояването на знания и умения от майнър студентите. За това тази книга се фокусира към основните идеи, които се илюстрират с най-важните графики и формули. Представянето на ключовите икономически концепции е съобразено с равнището на базовите знания за стопанските процеси, които студентите са получили в училище и от социалният си опит.

Тематично учебното съдържание е структурирано като повечето университетски учебници по икономикс. Започва се от отделния пазар,

търсенето и предлагането, поведението на домакинствата и фирмите и се преминава към закономерностите, които се появяват при разглеждане на стопанството като едно цяло и ролята на правителството в икономиката. Всяка тема започва с кратко въведение и завършва с кратка, но много полезна за самостоятелната работа на студентите, заключителна секция. Препоръчително е ползващите учебника да обърнат специално внимание на този раздел, който се състои от три части. Първата кратко обобщава главните тези от темата като използва ключови понятия. Това е особено ценно като поглед назад и стимул за повторно разглеждане на някои детайли. Ползотворно е студентите да формулират със свои думи писмено значението на основните понятия от темата. Втората част съдържа група въпроси, които имат за цел да насочат вниманието на студентите към най-важните идеи, които трябва да бъдат извлечени от съответната тема. Писменият отговор на всеки от поставените въпроси ще съдейства за затвърждаване на получените знания. Третата част е представена от два проблемни въпроса, на които студентите трябва да отговорят чрез написването на кратко есе. Създаването на текст стимулира развитието на аналитичното и критичното мислене на обучаваните.

Учебникът по икономика за студентите, избрали майнър програма, има въвеждащ характер. Това предопределя неговия неголям обем и лаконичен стил, което прави икономическите идеи по-лесни за разбиране. Реалната икономика е доста сложна система и читателят не бива да допуска грешка, че на практика нещата се случват така опростено. Пред вас е представен резултатът от един пръв опростен поглед върху работата на пазарите и икономиката като цяло. Надяваме се, че това ще послужи като добър фундамент за навлизане в сферата на стопанските науки и практика. Автори на темите са както следва:

От глава 1 до глава 15, глава 25 и глава 26: проф. д-р Събина Ракарова;

От глава 15 до глава 24, от глава 27 до глава 30: гл.ас. д-р Елена Спасова.

Март 2017

проф. Събина Ракарова

Тема първа: Икономика и икономическа теория

Въведение

Преди да започнете да изучавате икономика, на първо място трябва да сте наясно за какво ще става реч. Като начало ще започнем с някои важни определения. Икономиката или стопанството обхваща тази част от жизнената дейност на човешките общности, в рамките на която се създават продукти – **блага** за удовлетворяване на потребности. **Стопанството** е производителна (продуктивна) система. Може да бъде оприличена на огромна машина. На входа производителните **ресурси** се комбинират и включват в производството, за да се създадат и на изхода да се получат съответни продукти. Налице са четири основни групи ресурси, които се използват в стопанството. Това са: натуралните ресурси, които получаваме наготово от природата (вода, земя, гори, изкопаеми руди, горива); физическите умения и професионалните способности на работната сила; машините и инструментите, които се създават за увеличаване на продуктивността; предприемаческите умения, с помощта на които се организират и комбинират останалите производителни ресурси. Получаваният на изхода на производството продукт представлява изключително разнообразно множество от желани от хората стоки и услуги. Стопанството е изтъкано от човешки дейности и е фокусирано върху удовлетворяване на потребностите на хората. Наред с производството в тесен смисъл на думата (трансформация на ресурси в полезни форми), в стопанството се извършва разпределение на ресурсите, размяна на благата и тяхното потребление.

Знанията за функционирането на стопанството (икономиката) се систематизират от **икономиката като наука**. В този смисъл икономиката е фокусирана върху „работата“ на икономическата система. Икономическите теории представляват организация на идеи, с помощта на които се обяснява как стопанството функционира. Думата теория ще използваме в смисъла на описание или обяснение на явления. Икономическите теории се групират в две широки категории, които се наричат „микроикономика“ и „макроикономика“.

Микроикономика и макроикономика

Терминът „микро“ има гръцки произход и означава малък. Микроикономиката е наука за нещата с „малък мащаб“ в стопанството. Обобщава знания за отделни индивидуални части на стопанството, съсредоточава се върху детайлите. Изучава дейностите на индивидуалния потребител (домакинство като пазарен субект), на отделния производител (предприятие или фирма като пазарен субект) или на индивидуалните пазари. Микроикономиката понякога се определя като теория за ценообразуването, защото показва как става определянето на цената на индивидуалните пазари. В нейния фокус е и как се приемат решения от предприятието за определяне на размера на предлаганата продукция и на привличаните ресурси. Специално внимание се отделя на работата на отрасъла, който се определя като съвкупност от фирми, произвеждащи сходни продукти, и представящ отделния пазар от страна на предлагането.

Терминът „макро“ в превод от гръцки означава голям. Макроикономиката разглежда работата на стопанството като цяло. Обобщава знания за нещата, разглеждани

като съвкупности или в контекста на общото. Насочва вниманието си върху множеството от всички домакинства и предприятия, които, от една страна, при създаването на продукти получават доходи, а, от друга, правят разходи за постигане на целите си. Макроикономиката се интересува от общото равнище на цените и се стреми да обясни, защо то се изменя нагоре или надолу. Във фокуса на анализите са факторите, които влияят върху равнището на съвкупния продукт и заетостта в стопанството.

За да разберете обхвата на разглежданите стопански явления от микро и макро позиция, добре е да използваме аналогията с изучаването на гората. Макроикономиката изучава гората като цяло, а микроикономиката се фокусира върху отделните дървета. Разбирате, че това разделяне е относително и се прави с цел получаване на по-задълбочени знания за явленията. Очевидно, това, което се случва с отделни конкретни части на гората, се отразява на състоянието на гората като цяло. Ако констатираме промяна в гората като цяло, то отделните дървета също трябва да са се променили. Положението в стопанството е аналогично. Това, което се случва в конкретна част от икономическата система, оказва влияние върху ставащото в цялата икономика. Случващото се в икономиката като цяло, има отражение върху отделните потребители, фирми и отрасли.

Степента на влиянието на промените в частното върху общото и обратното, обаче, и различна. Промяната на цената на каските за мотористи и велосипедисти вероятно няма да разпространи влиянието си извън рамките на конкретния отрасъл. Това е проблем на вниманието на микроикономиката. От своя страна, промяната на цената на петрола като гориво ще излезе извън рамките на въздействието върху отрасъла. Петролът като ресурс има голямо значение за много други отрасли и промяната на неговата цена има въздействие върху икономиката като цяло или тя е и макроикономически проблем. Преди няколко години станахме свидетели на това, как провалът на пазара на ипотеки в САЩ се превърна в провал на цялата финансова система на страната, а в следствие и в криза на световната икономика.

Въпреки своята условност, разделянето на икономиката като наука на микроикономика и макроикономика е много полезно. Когато си поставяме за цел да разберем какво точно става в дадена част от стопанството като сложна система, е ползотворно да разгледаме този елемент като го изолираме от останалите и игнорираме всичко друго, което може да се случва в същото време. При изучаване работата на стопанството като цяло също е ползотворно пренебрегване на детайлите и концентриране на вниманието към общата картина.

При формулиране на икономическите теории правените заключения като правило се съпровождат от латинския израз „*ceteris paribus*“, което на български се превежда като „при равни други условия“. Това означава, че като се игнорира влиянието на определени фактори, приемани за външни и не променящи се (постоянни), дадено икономическо явление може по-задълбочено да бъде описано. Този подход позволява да бъдат направени основополагащи обяснения, своеобразна първа стъпка към разбиране на нещата. За да се получи цялостна картина, разбира се, постепенно влиянието на „другите условия“ трябва да бъде отчетено.

Характер на икономическите теории

Приехме определението, че икономическата теория е обяснение на това как стопанството или дадена негова част функционира. Разбирането и обяснението на икономическите явления може да се извършва с помощта на два подхода: индукция и дедукция.

Индукция

Казано накратко индуктивният подход означава „отиди и виж“. Внимателното наблюдаване на работата на част от едно нещо и заключенията за нейното естество се пренасят върху самото нещо. На базата на предпоставката за взаимовръзка на явленията се правят логически изводи за общото на базата на частното. Да разгледаме конкретен пример.

Да предположим, че сме си поставили задача да дадем обяснение на поведението на потребителите в пазарни условия и го представим като научна теория. Трябва да дадем отговор на въпроса: защо потребителите действат по начина, по който действат? След като внимателно и продължително наблюдаваме какво правят домакинствата в пазарни условия, може да преценим, че като правило (с никакви изключения) потребителите се стремят да извлекат най-голямата полза, която могат, от харчените за потребление пари. Оттук биха могли да се лансират определени идеи за това, как биха могли да действат потребителите при определени условия. На следващ етап може да направим изследване на някои от дадените условия и да установим дали нашите умозаключения са валидни. Така в крайна сметка може да се достигне до една работеща теория (обяснение) на поведението на потребителите в пазарни условия.

Най-сериозният проблем на индуктивния метод е в това, че е няма сигурност за истинността на общото заключение, което е направено. Как бихме могли да направим общ извод, който се предполага да служи за обяснение на всичко, след като сме го извели на базата на изучаване на някакво количество конкретни (отделни) случаи? Работата е в това, че би могло да се окаже, че сме избрали да изследваме „непредставителна извадка“ или група от „нестандартни“ потребители. Не е изключена възможността в периода на изследването по никакви причини избраната група да има по-особено поведение, отколкото би имала в друг времеви диапазон. Най-малкото по силата на изложените причини не може да имаме пълна увереност, че направените общи заключения са напълно правдоподобни.

Възможно е в реалността всички проявления на едно нещо да потвърждават направените в теорията заключения по индукция как то функционира, но никога не може да се твърди, че това е доказано без условия. Теориите, базиращи се на метода на индукцията, съдържат в себе си определен елемент на неопределеност. Независимо от това подходът на индукцията се използва при изучаването на явленията, хората непрекъснато правят заключения по този начин. Икономиката и икономистите не са изключение. В историята на познанието понякога се оказва, че дадена теория не работи или е грешна. Това предполага ревизия или създаване на нова по-близка до реалността теоретична конструкция. Естествено това е следствие от внимателно наблюдение на реалностите и задълбочени обсъждания в средите на учените. Въпреки наличието на „проблем на индукцията“, както ще видим по-нататък, индуктивните теории са възможното най-добро обяснение, с което разполагаме към момента.

Дедукция

Друг възможен подход за изучаване на явленията е дедукцията, който може елементарно да бъде представен като „седни и мисли“. Това е начин на мислене, при който изводът за частното се прави на умозаклучението за общото. Дедуктивният метод започва с изказването (приемането) на някакви общи твърдения (предпоставки), от които се правят частни изводи – следствия. Ако предположенията са правдиви, то следствията от предположенията са правдиви. Дедукцията е противоположен на индукцията подход.

За да видим как протичат разсъжденията в рамките на дедукцията, да си представим задачата да разработим теория, която ще обясни поведението на производителите-предприемачи в пазарни условия. Бихме могли да се съгласим с общото твърдение (предпоставка), че в пазарни условия работата на предприятието (фирмата) е предопределена от стремежа за получаване на максимална печалба. На тази основа биха могли да се правят заключения, какво поведение би имало предприятието при дадени конкретни условия. След поредица от подобен вид многостранни разсъждения, теорията за поведението на предприятието в пазарни условия може да бъде детайлно разработена.

И в рамките на този подход изследователите се сблъскват с проблеми. Може ли да бъдем безрезервно сигурни, че направените първоначални предположения са правдиви? Като цяло предприемачите биха могли да се стремят към максимална печалба, но биха могли и да не си поставят тази цел. Или по-вероятно едни имат това за цел, но други нямат такава цел. Ако нещо от посоченото по-горе е истина, то очевидно направените в рамките на теорията умозаклучения са в известна степен относително правдиви за реалното поведение на предприемачите. В рамките на дедуктивния подход направените на базата на предположенията изводи биха могли да бъдат истинни. Но самите предположения биха могли да се окажат неистинни.

Логично е да предположим, че за разрешаването на посочения проблем на първо място е важно да бъдат приемани/правени правдиви предположения. А как това се случва? Как да разберем кое от предположенията е истинското? Оказва се, че трябва да използваме индукцията! Необходимо е да „отидем и да видим“. Всичко изложено до момента показва с какви трудности се сблъсква познанието на явленията и получаването на знания.

Икономическите теории и реалността

Като правило разработените към момента икономически теории съчетават в себе си индуктивния и дедуктивния метод. При изучаване на дадено икономическо явление в изследователската практика се приемат определени предположения, на основата на които много внимателно се правят заключения. Сложното явление се систематизира чрез дефиниране на набор от променливи и се формулира хипотеза за връзката между тях на база на приетите начални предположения. Умозаклучения се правят на базата на дедукцията: „ако ..., то...“. Следваща важна стъпка е проверка на истинността на предположението и заключенията в реални условия. Обръщането към действителността чрез индукцията „иди и виж“ на базата на вглеждането в действителността може да потвърди или отхвърли истинността на хипотезата. Проверената на практика и потвърдена хипотеза за връзката между променливите, превръща хипотезата в икономическа теория. С няколко думи на практика така се създават теории, в т.ч. и за стопанските явления.

Ако се обърнем към потребителя и теорията на търсенето, която обяснява неговото поведение в пазарни условия, да демонстрираме как тя се създава. Търсенето на потребителя като явление може да бъде систематизирано като дефинираме наблюдавани променливи – търсено количество благо, цена на благо, доход на потребителя, цени на другите блага, вкусове на потребителя. Генералното предположение е, че той се ръководи от стремежа да извлече максимална ползност от изхарчените (заплащане на цената) пари (част от неговия доход). Формулира се следната хипотеза: търсеното количество благо от потребителя намалява (нараства), когато пазарната цена на благо нараства (намалява), при равни други условия (само цената на благо може да се променя, останалите величини – доход, вкусове, цени на други блага не се променят). Оттук се извежда заключението: ако цената на благо нарасне, търсеното от потребителя количество от благо ще се намали. Многократното потвърждаване на хипотезата в практиката я превръща в теория на търсенето.

Когато по-нататък в книгата и във вашия живот се сблъсквате с теории никога не забравяйте, че в определена степен те винаги могат да бъдат оспорени (определени елементи да се подлагат на дискусия). Може да бъдем свидетели на „съмнителна“ правдивост при обяснението на явленията (слаба обяснителна сила), но висока степен на истинност при правенето на прогнози за бъдещето развитие на явленията (висока прогнозна сила). Да не забравяме, че икономическите условия непрекъснато се променят и това, което е било истинно за минал период, може да се окаже неправдоподобно за настоящия период. Например в теориите за капиталистическото стопанство през деветнайсети век се налага мисленето, че в рамките на жизнения цикъл на отделния работник цените и възнагражденията остават относително стабилни. При тези очаквания се наблюдава и съответно потребителско поведение. В съвременните условия очакванията на работниците са много по-различни, което рефлектира в съвсем различно потребителско поведение.

При изучаване на стопанските явления няма безусловни истини. Това прави икономическата теория толкова интересна и изпълнена с предизвикателства.

Поглед назад

Обобщение

Стопанството е производителна система, в рамките на която се **разпределят ресурси, произвежда** се продукция, която се **разменя** и **потребява**. Икономическите теории обясняват как работи **стопанската система** от позициите на **микроикономиката** и **макроикономиката**. За разработването на теориите се комбинират **индукцията** и **дедукцията**, всяка от които се сблъсква с определени проблеми.

Основни понятия

Макроикономика
Микроикономика
Ресурси
Стопанска система

Индукция
Дедукция
Производство
Потребление

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Какво е това икономика и стопанство?
2. Какъв е смисълът на израза „при равни други условия“?
3. Какви са проблемите на индукцията и дедукцията?

Есе

1. Обяснете различieto между микроикономика и макроикономика и мотивирайте твърдението, че на практика е невъзможно тяхното разделяне при изучаване на стопанските явления.

2. Покажете какви проблеми могат да възникнат при прилагането на индуктивния и дедуктивния подход при обяснение на реалностите и конструирането на теории.

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 9-60.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 9-38.
3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 11-47.
4. Mankiw, Gregory. (2008). Principles of Microeconomics, 5th edition, South-Western CENGAGE Learning, pp. 3-49
5. McConnel, Campbell, Stanley Brue, Sean Flynn. (2011). Principles of Microeconomics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 3-45.
6. Case, Karl E., Ray C. Fair, Sharon C Oster. (2008). Principles of Microeconomics, Pearson, pp. 2-18.

Тема втора: Основен проблем в икономиката

Въведение

От една страна, във всеки един момент ресурсите, с които разполагат индивидите като количество и качество, са определена величина или са зададени. От друга страна, потребностите, които хората биха желали да удовлетворят са толкова големи, че наличните ресурси се оказват недостатъчни. Това противоречие, което откриваме навсякъде около нас, между наличните зададени ресурси и многократно превишаващите ги желания за потребяване и притежаване на блага, се определя като основно икономическо противоречие или основен проблем в икономиката. Нашите жаления винаги превишават ресурсите, с които разполагаме за тяхното удовлетворяване. Отделните хора никога нямат необходимото количество пари, за да купят нещата, които биха искали да имат. Предприемачите, устремени към печалби, никога нямат достатъчно финансови и други ресурси, за да създадат всичко, което биха желали да предложат и продадат. Очевидно и различните общности от хора никога не могат да имат всичко, което биха искали да имат. Проблемът с ограничеността на ресурсите, а оттук и на благата за потребление, ни принуждава да действаме икономично (с минимум ресурси да получаваме определен ефект/резултат) или ефективно (с наличните ресурси да получаваме максимален резултат/ефект). Ако нямаше подобен проблем, то нямаше да има нужда да се изучава поведението на хората, свързано с усилията им за справяне с проблема. Нямаше да има нужда и от икономическа наука...

Алтернативни разходи (алтернативна цена)

Ограничеността принуждава хората към ефективност, което означава наличните ресурси да се използват по начини, които със сигурност ще доведат до постигането на възможно най-голямо удовлетворение на нашите желания. Оттук следва друга принуда – да се избира. На някои желания/потребности трябва да се даде приоритет пред други, защото те по-скоро са безотлагателни (храна, дрехи, подслон...). Някои потребности биха могли да бъдат удовлетворени напълно, други частично, а някои е възможно въобще да не могат да се удовлетворят, поне към даден момент.

Фактът, че ресурсите са ограничени и могат да се използват по различен начин от индивида, поражда наличието на особен вид разходи/жертви за него, когато се налага да се прави избор на тяхното използване. Всеки начин на използване на ресурсите е свързан с очакването за получаване на някаква изгода/полза под формата на благо. Когато използваме ресурсите по определен начин, то за нас е своеобразна „жертва/разход“ пропуснатата изгода (благо) от друг алтернативен начин на използването на същите тези ресурси. Пропуснатата полза от „отхвърлената“ алтернатива се определя от икономистите като измерител на т.нар. алтернативни разходи, възникващи по време на избора. Когато ресурсите са ограничени и се използват за удовлетворяване на каквито и да е желания, на индивидите се налага да платят своеобразна „цена“, определяна като алтернативни разходи.

За икономическата теория, наложена като „главен поток“ в съвременните условия, идеята за алтернативните разходи е от особена важност. Тя позволява да се обърне внимание на действителните (пълни!) разходи, които се правят при използване на ограничените ресурси по определен начин. Като правило при създаването на дадено благо с ограничените ресурси хората обръщат внимание на паричните разходи (това, което излиза от джоба), но не отчитат пропуснатите ползи от отхвърлената алтернатива. Така се подценява величината на реално направените разходи. Когато се строи магистрала, която минава през плодородна селскостопанска земя, то разходите за изграждането на километър път не включват само паричните разходи за нейното строителство. Включват се пропуснатите ползи от алтернативните неща, които с тези пари биха могли да се купят. Включва се и загубата на селскостопанската продукция, която в противен случай би могла да се произведе на тази земя. Така се определят действителните, икономическите или алтернативните разходи за строителството на магистралата.

Различни видове икономически системи

Икономическата активност на хората е свързана с налагането на избор как да бъдат използвани ограничените ресурси. В дългата човешка история са се използвали различни начини за реализиране на тези избори. Различните методи за правене на избор създават основата на функционирането на различни икономически системи. Един възможен начин за тяхното класифициране е: традиционна икономика, пазарна икономика, централизирана командна икономика, смесена икономика.

Традиционна икономика

Първоначално в зората на човешките цивилизации хората са живели в малки (род, племе, община) и затворени общности, в които произвеждат богатата, които потребяват. Ограничените ресурси, които са на разположение на дадена общност се използват на базата на съхранявани във времето традиции, които се предават от поколение на поколение. Например номадите се сблъскват с ограничеността на определена територия, която осигурява пасищата на домашните животни – камили, едър рогат добитък, кози и овце. Живеят в примитивни жилища и когато се изчерпва храната за животните, се преместват на ново място, така като са правили преди това техните прадеди. Какво се произвежда, как се произвежда и за кого се решава на базата на утвърдените в племето традиции.

Пазарна икономика

Пазарът е централно явление в стопанството на отделните страни в съвременния свят. На езика на Икономиката пазарът е условно място, където се сблъскват интересите на производителите-продавачи, предлагащи своите стоки и услуги и на потребителите-купувачи, търсещи тези продукти, с цел извличане на изгода чрез размяна помежду им. В процеса на взаимодействието между продавачите (предлагането) и купувачите (търсенето) се определят цените, количеството и разнообразието на разменящите се продукти.

Основните решения за разпределението на ресурсите и богатата в пазарната икономика и главните решения по цените се правят на пазара и чрез пазара. В пазарната система всичко има цена: всяка потребителска стока и услуга има потребителска цена,

всички фактори на производството имат факторна цена. Във функционирането на пазарния механизъм изключително важна роля играе печалбата. Печалбата е тази, която принуждава фирмите да се насочват към дейности и сфери с голямо потребителско търсене, да напускат тези сфери и дейности, където търсенето е ниско, да използват по-ефективни технологии, за да правят по-ниски разходи.

Централизирана командна икономика

Икономиката, в която избора за използване на ресурсите се извършва чрез прилагането на разнообразни правила, доклади, инструкции и други административни действия от специализирани и йерархично изградени управленски органи, се определя като централизирана и командна. Функционирането на тази система се базира на огромната ролята на държавата. Това произтича от монопола на държавната собственост върху производствените ресурси, и от монополното разпореждане с производствения резултат.

Както показва историческият опит на страни с тоталитарно управление (хитлеристка Германия; СССР; бившите социалистически страни; страните, управлявани от военна хунта) този координиращ механизъм е ефективен докато има невключени в производствената дейност ресурси.

Смесена икономика

В съвременната организация на икономиките на страните по света присъстват елементи и от трите начина за правене на избор за използване на ограничените ресурси. За това такава икономическа система се определя като „**смесена икономика**”. При нея се преплитат елементи на държавен контрол върху производството и разпределението със елементи на пазарно въздействие върху производството и потреблението. Най-общо ролята на държавата в смесената икономика може да бъде определена като създаване на правила за стопанската дейност чрез приемането на съответни закони и контрол върху тяхното спазване. Правителството, без директно да се намесва във работата на пазара, трябва да осигури ефективност, там където пазара проявява „дефекти” или отсъства, да осигури социална справедливост и да поддържа икономическа стабилност.

Въпреки че съвременните икономики са смесени икономики, те не представляват една и съща комбинация от традиции, пазар и държава. Пропорциите на тези части могат съществено да се различават. В определяните като слаборазвити страни делът на традиционната икономика е забележим, а икономическата роля на държавата неголяма. В икономиките на индустриално развитите страни доминира пазарът, а количеството на контролираните от държавата сектори и използваните политики за контрол са различни.

Поглед назад

Обобщение

Алтернативните разходи, свързани с избор на използване на ограничените ресурси, отразяват пропуснатите ползи за индивидите от отказа за алтернативното им използване. Те отразяват действителните разходи, свързани с избор на определена алтернатива от няколко, защото отчитат не само това, което излиза от джоба, но и пропуснатите ползи. Решенията за използване на ресурсите могат да се приемат на базата на традициите, с

използването на цените в пазарната икономика, чрез регулации в командната икономика или чрез комбинация от трите в смесената икономика.

Основни понятия

Основен икономически проблем
Алтернативни разходи
Икономически избор

Пазарна икономика
Централизирана икономика
Смесена икономика

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Какво представлява основният икономически проблем?
2. Дайте пример от реалната икономика за разликата между паричните разходи и алтернативните разходи за създаването на някакво благо.
3. Какво съдържание се влага в понятието „смесена икономика“?

Есе

1. Всички икономически системи са изградени с цел решаването на един и същи фундаментален икономически проблем. Коментирайте това твърдение.
2. Обяснете как наличието на ограниченост в икономиката поражда идеята за алтернативните разходи.

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 9-59.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 9-37.
3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 11-47.
4. McConnel, Campbell, Stanley Brue, Sean Flynn. (2011). Principles of Microeconomics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 3-40.
5. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 3-55.
6. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 3-45.

Тема трета: Пазарът в икономиката

Въведение

В икономиката на страните в една или друга степен присъства пазара, от където следва, че разбирането на силите, които въздействат върху решенията за производство и потребление в стопанството, не може да стане при абстрахиране от пазара. По тази причина икономическият анализ отделя голямо внимание на изясняване как се случват нещата в пазарната система. Както беше посочено в предходните теми, ако сложното явление пазар се опрости и разгледа в своя „чист“ или „идеален“ вид, може да се изясни как то работи. След като е ясно как функционира идеалният пазар, чрез постепенно усложняване на картината, анализът се приближава към разгадаване на сложната и заплетена реалност.

Какво е пазарът

В началото на икономическият анализ е от особена важност да бъде даден отговор на това какво означава термина „пазар“. Икономическата наука разбира пазара като взаимодействието между купувачи и продавачи. Това е съвкупност от дейности по размяна, при които се извършва купуване и продажба на стоки и услуги. Най-важното нещо, което пазарът прави е определянето на цените на купуваните и продаваните блага. Цените са централно явление в пазарното стопанство. Те са своеобразни информационни сигнали за производителите и потребителите, които влияят върху техните решения. Може да се каже, че цените „решават/определят“ какво е достъпно и кой може да го получи.

Като се базираме на ограничеността на ресурсите и блага и необходимостта от избор, не е толкова трудно да бъде дадено обяснение как пазарната система работи. Когато едно нещо се характеризира с висока степен на ограниченост (зададеното количество е съществено по-малко от желанията за потреблението му), вероятно неговата цена би била висока. Високите цени стимулират собствениците на производителните ресурси да търсят възможности за увеличаване на количеството на тези ограничени блага. От своя страна, високите цени карат потребителите да бъдат особено внимателни при потреблението на тази неща и, когато е възможно, да използват алтернативи или заместители. Когато е налице относително „изобилие“ на някакво благо, неговата цена е относително ниска. В този случай се наблюдава противоположен резултат. Ниската цена стимулира потребителите към по-голямо потребление, а производителите насочват вниманието си към търсене на друго използване на продуктивните си ресурси, което ще им осигури по-големи печалби. Изводът, който се налага е, че цените изпълняват ролята на регулатор и контролират целия процес на използване на ресурсите и на потреблението на блага, произведени с тези ресурси. Ключовата роля на цените в пазарната система прави разбирането на ценообразуването в главен елемент на икономическата теория.

Различни класификации на пазарите

Когато изучаваме пазара в икономиката, се сблъскваме с голямо разнообразие на реалните пазари, които може да бъдат систематизирани/подредени в по-широки групи и подгрупи. Пазарите на суровини включват пазара на желязна руда, на въглища, на пясък и т.н. Пазарите на работна сила включват голямо разнообразие от пазари, съответстващи на разнообразните професии и квалификации на работниците. Пазарите на потребителски стоки включват пазари за стоки за краткотрайна употреба, които се състоят от пазари за храни, дрехи и др., и стоки за дълготрайна употреба, включващи пазари на коли, на компютри и т.н. В съвременните икономики преобладаващо място заемат пазарите на услуги: транспортни, комуникационни, финансови, юридически и т.н. Всички споменати по-горе пазари се различават на базата на особеностите на продукта, който се купува и продава. Пазарите могат да се систематизират и от гледна точка на териториалния си обхват. Налице са локални пазари в градовете и селата, на които се търгува селскостопанска продукция – плодове и зеленчуци. Националната икономика разполага с национален валутен и фондов пазар. В глобален план работят световни фондови борси в Лондон, Ню-Йорк и Токио. Всеки от споменатите пазари е уникален, всеки притежава определени специфични характеристики.

Въпреки наличието на реално различие между конкретните пазари, всички те притежават общи белези, разкриването на които ще ни приближи към отговора на въпроса какво е пазарът. Общите характеристики, които откриваме са: (1) нещо, което се купува и продава, (2) хора, които са заинтересовани да купуват и (3) хора, които са заинтересовани да продават. Наличието на тези три компонента е необходимо и достатъчно условие да е налице пазар. Другите характеристики, добавени към тези базови, придават някаква специфика на конкретните пазари.

Икономическият анализ, фокусиран върху пазара, се стреми да даде общо обяснение за това как пазарите работят. Тази обща конструкция може да бъде съотнесена към всички реални пазари при тяхното изучаване. Създаването на такъв модел изисква игнориране на особеностите на всеки конкретен пазар и концентриране на вниманието към характеристиките, общи за всички пазари. Такъв подход дава възможност за изясняване какво е в същност пазара и как той функционира. В резултат може да бъде създадена обща теория на пазара. От своя страна, нейното прилагане към обяснение на работата на конкретните пазари с техните специфични особености, позволява да бъдат правени правдиви изводи за реалността.

Моделът на пазара се базира на предположението, че хората чрез пазара се стремят да постигнат определени цели: купувачите да удовлетворят потребностите си чрез употребата на купени блага, продавачите да удовлетворят желанието си да получат печалба от продажбата на произведени блага. Сделките или размяната се опосредства от цените. Цената, която определя купувача, в една или друга степен отразява оценката му за очакваната полезност на блага. Цената, която определя продавача, в една или друга степен отразява направените разходи за създаването му. Сделката е сключена, когато „цените“ съвпадат. В рамките на общата теория за пазара се приема пазарното поведение на купувачите да се определя като „търсене“, а пазарното поведение на продавачите – като „предлагане“.

Свободни и конкурентни пазари

Най-опростеният модел на пазара предполага, че пазарната система е свободна и конкурентна. Пазарът се оценява като свободен тогава, когато работи без каквато и да е външна намеса. Участници са само купувачите и продавачите на благата. Това предположение е свързано с факта, че често държавата и нейните институции се намесват в работата на пазара. Най-често намесата става чрез контролиране и регулиране на пазарните участници и на цените. Така се нарушава работата на пазарния механизъм и възможността купувачите и продавачите да приемат независими решения.

Конкуренцията или „състезанието“ в пазарната среда е между участниците на пазара. Купувачите се конкурират помежду си за ограничените продукти, които желаят да закупят. Продавачите се състезават помежду си кой ще спечели повече купувачи. Купувачите и продавачите се състезават за най-изгодна цена. За да бъде състезанието „честно“ или надпреварата „справедлива“, е необходимо на пазара да има много на брой дребни участници, които не зависят един от друг. Това създава предпоставки всеки да преследва своя интерес без да пречи на всички останали. При тези условия се оказва възможно участниците да получат максимална взаимна изгода от размяната. По тази причина този пазарен модел се нарича съвършено конкурентен пазар. Той представя какво би представлявал идеалният пазар и е своеобразен еталон, с който икономистите сравняват реалните пазари.

Пазари с несъвършена конкуренция

Условията на пазарите в действителност не водят до резултата (сделка), който създава максимална взаимно изгода на участниците. За това икономистите определят тези пазари като несъвършено конкуренти. Причините за изкривяването на работата на пазарите са разнообразни, но те от своя страна също могат да бъдат обобщени и да се конструират общи модели, чрез които се представят несъвършенствата на конкуренцията. Такива модели са: монополен пазар, олигополен пазар, монополистично конкурентен пазар. Монополният пазар е най-голямото отклонение от съвършената конкуренция. На този пазар работи един продавач на уникален продукт, който може да манипулира цената (да я повишава в своя полза) и да ощетява купувачите. На олигополния пазар няколко големи продавача по отделно или заедно също определят високи цени и ощетяват потребителите. Монополистичната конкуренция в най-малка степен се отклонява от съвършената. На такива пазари продавачите се стараят да направят в очите на купувачите продуктите си, които са близки заместители, различни и по тази причина също да повишават цените в своя полза.

От друга страна реалните пазари не са свободни в смисъла, който беше изяснен по-горе. Държавата в лицето на правителствата налага регулации върху търговията – кой може да търгува и как да се търгува. Например някои продукти като алкохол и цигари не могат да се продават без бандерол (държавна ценна книга, която удостоверява, че съответният данък за стоката е заплатен). Здравните услуги, лекарствата и храните също са обект на регулиране. Обект на регулация са и пазарите за електрическа и топлинна енергия, водоснабдяването и много други.

Всички тези сложни характеристики на пазарната система първоначално могат да бъдат пренебрегнати и вниманието на икономическото изследване да се съсредоточи към свободния съвършено конкурентен модел. Това ще послужи като отправна точка на следващ етап за анализ на несъвършено конкурентните пазари. Първоначално ще гледаме

на пазара като система от голям брой относително малки купувачи и продавачи, които се стремят да реализират собствените си цели. Оттук следва, че е необходимо да се изследват силите на търсенето и предлагането.

Поглед назад

Обобщение

За да бъдат разбрани силите, които влияят върху икономическите решения, най-добрият подход предполага разглеждане на пазара, който работи свободно без външна намеса и в съвършено конкурентни условия. Свободният съвършено конкурентен пазар обединява много но брой относително дребни купувачи и продавачи, които приемат решения независимо един от други.

Основни понятия

Пазар

Цена

Конкуренция

Несъвършена конкуренция

Свободен пазар

Идеален пазар

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Кои са трите елемента, които трябва да присъстват на всички пазари?
2. Кои са нещата, които могат да превърнат пазара в несъвършено конкурентен?
3. Кой приема решения в рамките на свободния пазар?

Есе

1. Опишете как цените оказват влияние върху приемането на решения в сферата на производството и потреблението.
2. Изяснете смисъла на понятието „пазар“, който се влага от икономическата теория.

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 9-59.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 9-37.
3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 11-47.
4. Mankiw, Gregory. (2008). Principles of Microeconomics, 5th edition, South-Western CENGAGE Learning, pp. 3-40.
5. Case, Karl E., Ray C. Fair, Sharon C Oster. (2008). Principles of Microeconomics, Pearson, pp. 2-15.
6. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 3-54.
7. Taylor, John. (2009). Principles of Microeconomics, Houghton Mifflin Company, pp. 2-51.

Тема четвърта: Търсене и предлагане

Въведение

Една от съществените характеристики на пазара е наличието на нещо, което се търгува/разменя между купувачите и продавачите. За съществуването на пазар не е необходимо страните да се срещат лице в лице. Достатъчно е те да са в състояние по някакъв начин за комуникират. Следователно пазарът не е някакво определено място. Той може да е представен от националната държава и един такъв е трудовият пазар. Пазарът може да обхваща националните държави и пример е валутния пазар. От друга страна, той може да е много малък и локален като например кварталния зеленчуков пазар.

Когато пазарът е свободен и конкурентен, силите на търсенето и предлагането са тези сили, които определят какво се случва при размяната. Ако търсенето съпоставено с предлагането е значително, то цената ще бъде висока. Ако то е по-слабо от предлагането, то цената ще бъде ниска. Това е знание, придобито от опита и почиващо на здравия разум. За да може да се разбере как пазарът работи като система е необходимо по-детайлно разглеждане на пазарния механизъм. Но първо трябва да се изясни какво е търсенето и предлагането и как те взаимодействат на пазара.

Пазарно търсене

Терминът „търсене“ е теоретична абстракция в рамките на теорията на пазара. Отделните хора търсят и то се определя като индивидуално търсене, а на пазара като обобщена сила се разглежда пазарното търсене. То означава „ефективно пазарно търсене“. Отразява желанието за определено благо, подкрепено с някакво количество пари, с които благото може да бъде закупено. Това е единственият вид търсене, на което пазарът може да отговори. Желанието за благото само по-себе си не го превръща в търсене. Ако хората не разполагат с финансов ресурс, който са готови да жертват за желаното или нужното благо, или ако търсенето не е ефективно, пазарът няма да може да работи.

Търсеното количество или колко от определено благо хората са готови да закупят в рамките на някакъв период от време, зависи от няколко неща (фактори). Пак на базата на здравия разум знаем, че най-важното е цената.

Търсене и цена

Като правило, колкото по-ниска е цената на едно нещо, толкова по-голямо количество от него, вероятно, хората ще желаят да купят. Може би, защото така ще получат по-голяма ползност от парите си. Казано по-друг начин, алтернативните разходи, които ще бъдат направени, когато се отказваме от нещо друго, за да купим това благо, ще бъдат по-ниски. Когато цената е по-ниска, по-голямо количество хора имат възможност да закупят това благо като платят неговата цена. Оттук може да се направи извод, че колкото по-ниска е цената, толкова по-голямо е търсеното количество. Или колкото по-висока е цената, толкова по-малко е търсеното количество.

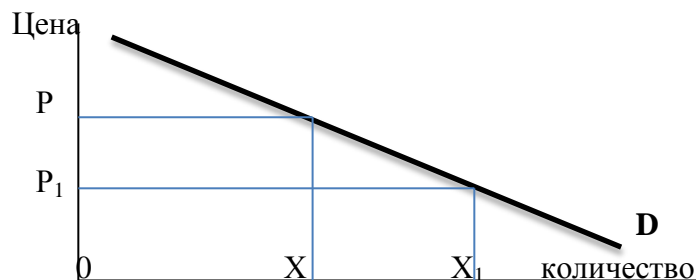
От това правило има и отклонения. В реалността може да се наблюдават пазари, на които цената оказва минимални или почти никакви въздействия върху търсенето

количество. Такъв пазар в съвременността е пазарът на сол. Солта е евтина стока с относително ниска цена. Освен това, хората използват в бита си твърде малки количества. При тези условия, ако предположим, че цената на солта се увеличи двойно, със сигурност търсенето количество няма да се промени съществено. И обратното, намаляването на цената на солта няма да рефлектира в нарастване на количествата, които хората желаят да закупят. Има ситуации при които, нарастването на цената може да предизвика увеличаване на количеството, което хората търсят. Това е свързано по-скоро с поведението на хората под влияние на очакванията за промяна на цената. Под въздействие на очакването на хората, че цената ще продължи да нараства, може да се повиши търсеното количество. Подобни факти се разглеждат по-скоро като изключения, които потвърждават правилото, произтичащо от здравия разум: при повишаване на цената на дадено благо, намалява търсеното количество, и обратното.

Крива на търсенето

В рамките на икономическата теория се оказва продуктивно използването на графичния метод. Представянето на някои понятия (сили) графично онагледява и опростява разбирането на това как работят определени икономически явления.

Взаимовръзката, която съществува между търсеното количество и цената, може да бъде онагледена графично.



Фиг. 4.1 Стилизирана крива на търсене

Когато цената падне от P до P_1 , търсеното количество нараства от X до X_1

На фигура 4.1 цената е представена на вертикалната ос, а количеството е отразено на хоризонталната ос. За да бъдат опростено представянето, вместо конкретни величини на цената и количествата се използват символите P и X . От представената картина се вижда, че когато цената е равна на P , търсеното количество е X . когато цената се понижи до P_1 (което е вярно за всяка цена, по-ниска от P), то търсеното количество се увеличава до X_1 (някакво количество по-голямо от X).

Представената по-горе крива е права линия. Това е най-простия начин за нейното представяне. Независимо дали линията е права или изпъкнала, или вдлъбната по отношение на началото (т.0), нейната форма е намаляваща. По този начин тя визуално

изразява връзката между промяната на цената и промяната на търсеното количество. Когато цената пада, търсеното количество се увеличава. И обратното.

Неценови влияния върху търсенето

Цената на благо то оказва първостепенно влияние върху търсеното количество. Наред с това наблюдаваме и други фактори, които въздействат и могат да бъдат важни. Търсеното количество на бира се увеличава през горещите дни и намалява, когато денят е студен и влажен. Ако обобщим това влияние в рамките на годината, то търсеното количество е по-значително през лятото и съществено намалява през зимата. Да разгледаме по-важните други фактори, въздействащи върху търсеното количество.

Цена на другите блага

В потреблението на благата се наблюдава определена свързаност. Помежду си благата могат да се заместват, допълват или да бъдат неутрални.

Едно благо се определя като заместител на друго, когато то е в състояние да удовлетвори същата потребност. В реалността цената на заместващото благо има важно значение при решението какво количество се търси. Лимонадата и колата са във висока степен близки заместители. Ако цената на лимонадата падне, а цената на колата не се променя, то хората ще пренасочат вниманието си към лимонадата. Това означава, че търсеното количество на колата ще се намали. В случая цената на лимонадата оказва влияние върху търсеното количество на колата.

Едно благо се определя като допълващо друго, когато потребяването на първото става при едновременното потребление на второто. За да свети фенерчето в гората, трябва да има батерии. За да се движи автомобилът с бензинов двигател е необходимо бензиново гориво. Ако цената на бензина нараства, то търсеното количество на такива автомобили ще намалява. И обратната връзка, ако цената на автомобилите пада, вероятно ще се увеличат покупките на коли и като следствие ще нарасне търсеното количество на бензиново гориво.

Едно благо се определя като неутрално по отношение на друго, когато потреблението на първото по никакъв начин не е свързано с потреблението на другото. Например солта и бензина са неутрални в потреблението. Увеличаването или намаляването на цената на бензина не оказва никакво влияние върху търсеното количество сол.

Основният извод, който може да се направи е следният. Понижаването на цената на заместителя, намалява търсеното количество на благо то. Понижаването на цената на допълващото благо води до нарастване на търсеното количество.

Доходи

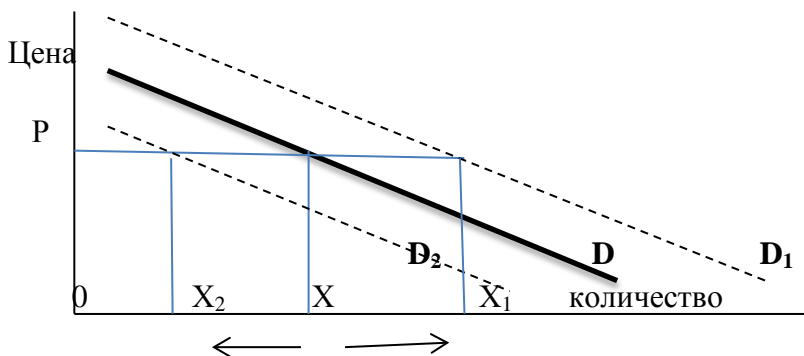
Определихме търсенето като „ефективно“, което означава, че си даваме сметка за това което хората желаят и са в състояние (могат) да си закупят. Оттук е ясно, че от голямо значение са доходите на хората, които определят техните покупателни възможности. С нарастване на дохода се увеличават и обемите, които могат да се купят. Независимо какво се случва с цената на благо то: не се променя, пада или расте, при по-висок доход хората могат да си позволят по-големи количества при всяка цена.

Вкусове и предпочитания

Това са фактори, които зависят до голяма степен от възрастта, възпитанието, образованието, местообитанието или от природната и социалната среда, в която живее човек. Едни предпочитат растителна храна, други месна, трети млечна, младите се обличат по-спортно, северните народи използват кожени дрехи и т.н. В тази рубрика се включва и налаганата модна тенденция да се обличаме, да се храним, да си строим жилища. В съвременните условия това издига ролята на рекламата, която променя нашите вкусове и предпочитания.

Промяна в търсенето

Когато се чертае кривата на търсенето, която отразява връзката между промяната на цената и на търсеното количество, се предполага, че другите фактори имат зададени или непроменящи се значения. Единствената промяна, която се случва, е изменението на цената на блага. Това е идеята на изказа „при равни други условия“, за която се говореше в първата тема. Ако трябва да отразим влиянието на промяната на някой от първоначално зададените фактори върху търсенето, ще трябва да променим позицията на първоначалната крива на търсене. Ако доходът на купувачите се е увеличил, това означава, че при всяко равнище на цената ще могат да си купуват по-големи количества от това благо. Ако едновременно с това те желаят да си купуват по-големи обеми, ще отразим това с нова крива на търсенето, която е изместена надясно по отношение на първоначалната.



Фиг. 4.2 Изместване на кривата на търсене

При крива на търсене D при цена P , търсеното количество е от X . Ако търсенето се промени (нарасне) до D_1 , при същата цена търсеното количество е X_1 . Ако търсенето се измести до D_2 , при същата цена търсеното количество ще е X_2 .

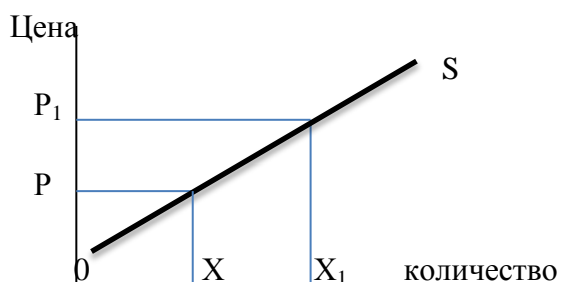
На фигура 4.2 първоначалната крива на търсене е обозначена като D . Новата крива на търсене, която отразява нарастването на дохода е обозначена като D_1 . Вижда се, че при цена P във втория случай купувачът може и желае да купи по-голямо количество благо. В случай, че доходът се намали по отношение на първоначалния размер, кривата на търсенето ще се измести наляво както е представено чрез кривата D_2 , а търсеното количество при тази цена ще бъде по-малко.

Кривата на търсенето е съвсем опростена представа на търсенето, но има много голяма обяснителна сила. Чрез нея може да се представи всяко състояние на търсенето и всяка негова промяна.

Предлагане

Терминът „предлагане“ по същия начин както и термина „търсене“ е теоретична абстракция за представяне на пазарното поведение на продавачите. Той също изразява т.нар. „ефективно пазарно предлагане“. Предлагането отразява обемът, който продавачите желаят и могат да представят пред купувачите за продан. Предлаганото количество също в значителна степен зависи от цената. Когато цената нараства, това създава стимули за продавача да предлагат по-големи количества на пазара.

Предлагането също се представя геометрично чрез крива на предлагането.



Фиг. 4.3 Стилизирана кривата на предлагане

При нарастване на цената от P до P_1 , предлаганото количество нараства от X до X_1 .

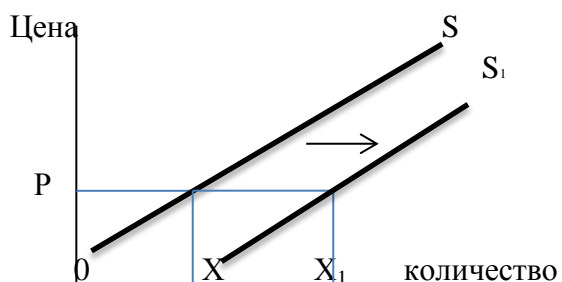
Кривата на предлагането, за разлика от кривата на търсене, е нарастваща. Това показва, че при нарастване на цената като следствие нараства и предлаганото количество. По-високата цена на предлаганата продукция стимулира продавачите да използват ресурсите именно за това благо, а не да ги насочват за осигуряване предлагането на някакви други неща. При по-високата цена продавачите получават срещу продукта си повече парични приходи, които могат да им позволят даже да си осигурят допълнително ресурси, за да увеличат предлагането. Чрез покачване на цената се постига както повишаване на желанието на продавачите да използват по този начин ресурсите си за предлагане, така и повишаване на възможностите за покупка на ресурси за тази цел.

Неценови влияния върху предлагането

Предлагането на даден продукт се намира под влияние освен на собствената цена на продукта и на други фактори, които в теорията се определят като неценови. Такъв фактор е наличието и цената на всеки от ресурсите, които са необходими за производството на даден продукт. Когато ресурсите повишават цената си и при равни

други условия повишават разходите за производство на единица продукт, предлаганото количество при всяко равнище на продажната цена на продукта ще падне. Това е реакция на предлагания за минимизиране на влиянието на този факт върху равнището на печалбата. Друг важен фактор е използваната за производството на продукта технология. Когато технологията се усъвършенства и позволява от единица ресурс да се получава по-голямо количество готов продукт, то предлаганото количество при всяко равнище на продажната цена става по-голямо.

Както и при търсенето, когато се променят факторите, различни от цената на предлагания продукт, се променя предлагането и това се изразява с нова крива на търсене, изместена по отношение на първоначалната. На фигура 4.4 при цена P и първоначално предлагане S предлаганото количество е X . Когато благоприятно се променя някой от неценовите фактори, при цена P предлаганото количество нараства до X_1 . Тъй като въздействието се проявява при всяко равнище на цената на продукта, то новото предлагане се представя с изместената крива на предлагане S_1 .



Фиг. 4.4 Изместване на кривата на предлагане

При подобряване на технологията при цена P (и при всяка друга цена) предлаганото количество от продукта нараства от X до X_1 .

Важна бележка

Необходимо е да обърнете внимание, че когато разсъждаваме върху предлагането се има предвид количествата, които продавачите биха били готови да продадат. Това може да бъде доста по-различно от продажбите или количеството, което действително е продадено. По същия начин и търсенето, количеството от нещо, което потребителите са готови да купят, е доста по-различно от действително купеното количество. Разбира се купеното количество съвпада с продаденото количество, но това не означава, че търсенето е винаги съвпадащо с предлагането.

Поглед назад

Обобщение

В пазарни условия търсенето винаги означава ефективно пазарно търсене. Търсеното количество зависи от собствената цена на продукта, цените на свързаните в потреблението с този продукт блага – заместващи и допълващи, доходите на

потребителите и техните вкусове. Търсеното количество винаги нараства, когато цената на продукта пада. Предлагането означа ефективно пазарно предлагане. Предлаганото количество зависи от цената на продукта, цените на използваните при производството на продукта ресурси и от използваната технология. Предлаганото количество винаги намалява, когато цената на продукта пада.

Основни понятия

Пазарно търсене
Доход на потребителя
Заместващи се блага
Вкусове и предпочитания

Допълващи се блага
Пазарно предлагане
Цени на ресурсите
Технология

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Защо желанието за притежаването на нещо не е еднакво с търсенето на това нещо?
2. Изброете три неща, които могат да доведат до изместване кривата на търсенето.
3. В какво се изразява различието между предлагано и продадено количество?

Есе

1. Како използвате нормална стилизирана графика на крива на търсенето на някакъв продукт, илюстрирайте резултатите от промяната на собствената цена на продукта и от промяната на цената на негов заместител.
2. Изяснете смисъла на понятието „предлагане“ и покажете как предлагането може да бъде повлияно от повишаване на цената на ресурсите и от усъвършенстване на производствената технология.

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 60-99.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 38-97.
3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 48-91.
4. Mankiw, Gregory. (2008). Principles of Microeconomics, 5th edition, South-Western CENGAGE Learning, pp. 65-85.
5. McConnel, Campbell, Stanley Brue, Sean Flynn. (2011). Principles of Microeconomics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 46-75.
6. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 83-106.
7. Sloman, John. (2003). Economics, Sixth edition, Pearson, pp. 33-68.
8. Colander, David (2003). Economics, McGraw-Hill, pp. 96-103.
9. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 65-84.

Тема пета: Търсенето и предлагането на пазара

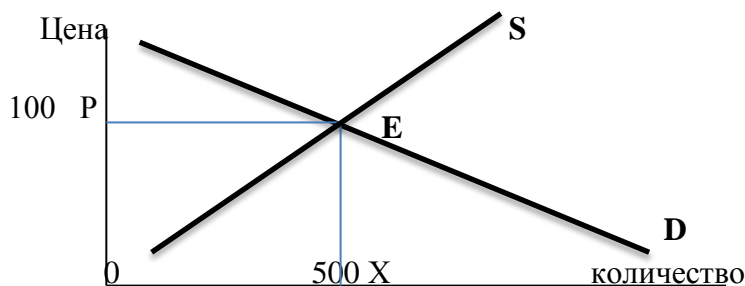
Въведение

Кривите на търсенето и предлагането представят геометрично поведението на купувачите и продавачите на пазара. Показват количествата, които участниците на пазара биха искали да изтъргуват помежду си при различни значения на цената. За да разберем как работи пазара е удачно да разгледаме кривите в единно пространство – на една графика. Кривата на търсенето е намаляваща, а кривата на предлагането е нарастваща и те се пресичат в една обща точка. Пресечната точка се определя като точка на пазарно равновесие. Тя отразява пазарната цена, за която количествата, които купувачите и продавачите желаят да разменят съвпадат. Състоянието на пазара се определя като равновесно, защото никой от участниците няма интерес да променя решението си и така се наблюдава баланс.

Пазарно равновесие, свръх търсене и свръх предлагане

Пазарно равновесие

Равновесната пазарна цена се определя като „цена, изчистваща пазара“ (фигура 5.1). Това произтича от факта, че търсеното количество съвпада с предлаганото количество. Така наличното на пазара количество се оказва реализирано или изкупено. Всичко, което е било предназначено за продажба, е продадено, всичко, което е било желано да се купи, всичко е изкупено. Няма не продадено или неизкупено количество от благо, което се търгува на даден пазар. При тази равновесна цена пазарът се намира в стабилно състояние, което продължава докато или търсенето, или предлагането, или двете не се променят.

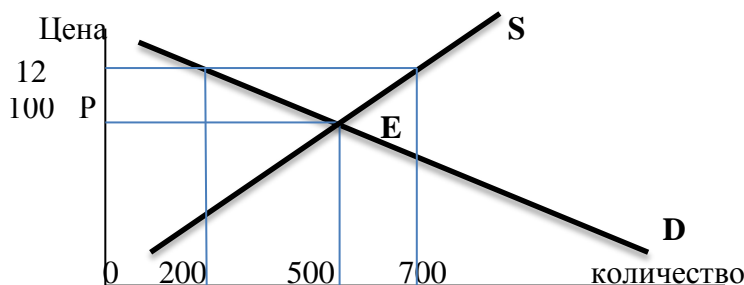


Фиг. 5.1 Пазарно равновесие

Равновесната точка е E, където при цена 100 кривите се пресичат и количествата на търсенето и предлагането съвпадат – 500.

Свръх търсене и свръх предлагане

Пазарът се стабилизира при цена равна на 100 парични единици. Ако текущата пазарна цена е различна от равновесната, то пазарът е в неравновесно състояние, което се определя като свръх търсене или свръх предлагане.

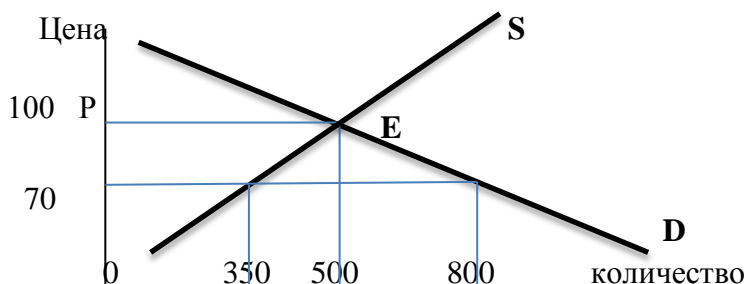


Фиг. 5.2 Свръх предлагане

При цена 120 по-висока от равновесната предлаганото количество е по-голямо от търсеното количество. Възниква тенденция към понижаване на цената и достигане на равновесното равнище.

Да предположим, че текущо пазарната цена е 120 парични единици, което е по-високо равнище от равновесното от 100 парични единици. При тази цена количеството, което желаят да закупят потребителите е 200 единици, а не 500 каквото е при равновесната цена. Количеството, което продавачите биха искали да предложат при тази цена е 700 единици, което е по-голямо от количеството при равновесната цена. При цена 120 парични единици от предложените 700 единици ще бъдат продадени 200 единици. Оказва се, че на пазара има излишни 500 единици, които се определят като свръх предлагане. За да бъдат стимулирани потребителите да купуват, продавачите трябва да предложат намаляване на цената. Когато тя достигне равнище от 100 парични единици равновесието ще се установи.

Ако текущо пазарната цена е по-ниска от равновесната, на пазара се наблюдава неравновесие, определяно като свръх търсене.



Фиг. 5.3 Свръх търсене

При цена 70 по-ниска от равновесната предлаганото количество е по-малко от търсеното количество. Възниква тенденция към покачване на цената и достигане на равновесното равнище.

На фигура 5.3 текущата пазарна цена е по-ниска от равновесната и възлиза на 70 парични единици. Продавачите ще предложат 350 единици, а купувачите биха желали да закупят 800 единици. Оказва се, 450 единици не достигат, за да се удовлетворят желанията на купувачите. Това количество се определя като пазарен дефицит. Свръх търсенето може да се отстрани само, ако купувачите предложат на продавачите по-висока цена, което ще ги стимулира да предлагат по-големи количества. Пазарната цена ще нараства докато не се изравни с равновесното равнище.

Закон за търсенето и предлагането

Формулираните идеи за свръх търсене и свръх предлагане показват как действителното пазарно търсене и действителното пазарно предлагане създават и поддържат равновесието на пазара, когато той е определен като съвършено конкурентен, работещ без каквато и да е външна намеса. Тенденцията за равновесие на пазара определя величината на цената при размяната и на разменяното количество. В случай че пазарната цена е под равновесното равнище, създаденото свръх търсене (дефицит, пазарен недостиг) ще я избути нагоре към равновесната. Ако пазарната цена е над равновесната, то свръх предлагането (пазарен излишък) ще я избути надолу към равновесната. С прости думи така се описва работата на пазара.

Обобщено тези идеи в публичното пространство се представят като „закон за търсенето и предлагането“. Накратко може да ги изразим по следния начин:

1. В условията на свободни и конкурентни пазари търсенето и предлагането водят до и поддържат стабилно пазарно равновесие.
2. Ако пазарната цена се окаже над равновесната, свръх предлагането води до намаляване на цената към равновесното равнище. Когато равновесието се достигне, цената престава да се променя и равновесието се възстановява и пазарът е стабилен.
3. Ако пазарната цена се окаже под равновесната, свръх търсенето води до покачване на цената към равновесното равнище. Когато равновесието се възстанови, промяната на цената се прекратява и пазарът се стабилизира.

Ясното разбиране на тези идеи, обясняващи работата на пазарния механизъм при съвършена конкуренция, е от първостепенна важност за икономическите анализи на всички равнища в реалното стопанство.

Поглед назад

Обобщение

Пазарите се стремят към равновесно състояние, при което цената уравнисява търсенето и предлаганото количество. Свръх търсенето и свръх предлагането винаги „избутват“ цената към равновесното равнище.

Основни понятия

Пазарно равновесие
Равновесна цена
Равновесно количество

Пазарно неравновесие
Свръх търсене
Свръх предлагане

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Защо равновесната пазарна цена се определя като „цена, която изчиства пазара“?
2. Какво представлява свръх предлагането и какви ефекти има върху пазара?
3. В какво се изразява закона за търсенето и предлагането?

Есе

1. Покажете как силите на търсенето и предлагането създават равновесие на пазара като използвате и графичния метод.
2. Защо един свободен и конкурентен пазар никога не може да бъде стабилен, ако текущата пазарна цена е под равновесното равнище?

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 60-99.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 38-97.
3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 48-91.
4. Mankiw, Gregory. (2008). Principles of Microeconomics, 5th edition, South-Western CENGAGE Learning, pp. 65-85.
5. McConnel, Campbell, Stanley Brue, Sean Flynn. (2011). Principles of Microeconomics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 46-75.
6. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 83-106.
7. Sloman, John. (2003). Economics, Sixth edition, Pearson, pp. 33-68.
8. Colander, David (2003). Economics, McGraw-Hill, pp. 96-103.
9. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 65-84.

Тема шеста: Неконкурентни пазари

Въведение

Търсенето и предлагането взаимодействат на свободните и конкурентни пазари и представляват силите, които определят равновесната цена. Възникването на свръх търсене или свръх предлагане се изчиства чрез свободното движение на текущата пазарна цена към равновесната. В реалната икономика изискването за отсъствие на външна намеса в работата на пазара и наличието на конкурентни условия в една или друга степен не са изпълнени. На базата на въведения в предходните теми елементарен модел на пазара ще покажем до какви последици водят отклоненията от изискванията за свобода и свършенство на пазарния механизъм.

Пазари с външна намеса

Нека първоначално насочим вниманието си към последиците от превръщането на пазара в „несвободна“ зона. Такива пазари са тези, на които в някаква степен държавата оказва въздействие чрез контрол върху определени процеси. Правителството (държавата) се намесва в работата на пазара по няколко начина.

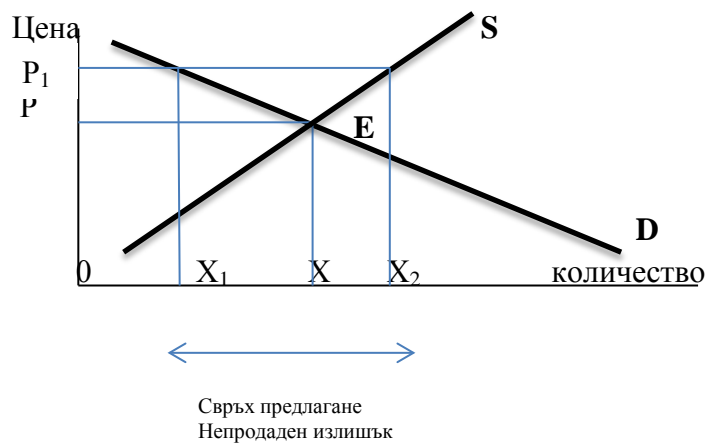
Фиксиране на цената

Както изяснихме в рамките на свободния пазар силите на търсенето и предлагането определят цените. Определянето на минимални или максимални цени от правителството, по които легално могат да се търгуват определени продукти, е практика за външна намеса в пазарния механизъм.

Ценови под или фиксиране на минимална цена

В реалната икономика правителството може да фиксира текущата пазарна цена на някой продукт като минимална. Никой няма право легално да нарушава това изискване и да продава това благо по цена, по-ниска от фиксираната минимална. Тази намеса често се наблюдава на трудовия пазар, където от правителството се определя минимално равнище на трудовото възнаграждение. Фиксиране на цените като минимални се използва понякога и в областта на селскостопанската политика на Европейския съюз.

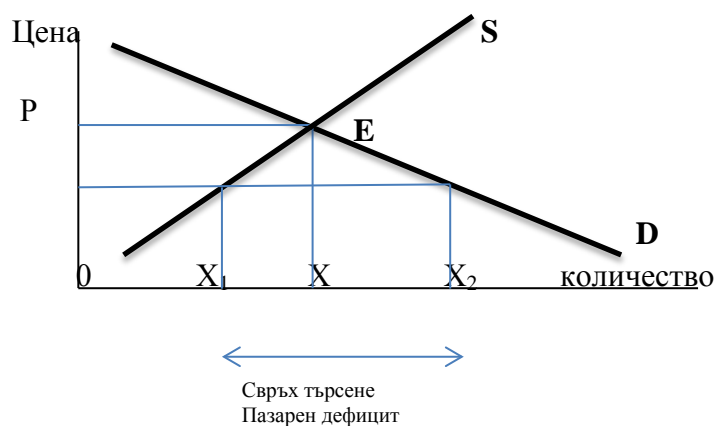
На фигура 6.1 е показан графично ефектът от определянето на ценови под. Ако пазарът беше свободен, то равновесната цена щеше да бъде на равнище P и количеството на търсенето и предлагането щяха да съвпадат - X единици. Когато правителството определи като минимална цена P_1 , то търсенето количество възлиза само на X_1 единици. При тази минимална цена количеството, което продавачите биха желали да реализират, е по-голямо – X_2 единици. Разликата между предлагано количество и търсеното количество представлява свръх предлагането или пазарния излишък.



Фиг. 6.1 Определянето на ценови под създава свръх предлагане или пазарен излишък.

Ценови таван или фиксиране на максимална цена

Когато текущата пазарна цена се фиксира от правителството като максимална за продавачите на дадено благо, наблюдаваме ценови таван. В българските условия пример за такава намеса на правителството в работата на пазара е фиксиране на цената на електроенергията или на водата (на регионално равнище). При определени екстремни условия (природни бедствия, война) ценови под се налага върху цените на жизнено важни дефицитни продукти като бензин, хляб, захар и др.



Фиг. 6.2 Определянето на ценови таван създава пазарен дефицит

При нерегулиран пазар цената би била на равновесно равнище и тези, които желаят и могат да си купят благо, ще могат да удовлетворят потребностите си. Хората,

търсенето на които е представено графично чрез кривата на търсенето под равновесната точка Е, няма да получат достъп до благото, защото или не желаят, но по-вероятно не могат да заплатят цената му. Когато става дума за жизненоважно благо, правителството със социални мотиви фиксира цената на равнище по-ниско от равновесното и така разширява достъпа на потребителите при цена P_1 . Определената „справедлива“ цена разширява търсеното количество до X_2 . Предлаганото от частните производители количество обаче пада до равнище X_1 и така възниква свръх търсене или дефицит на този продукт.

Последици от фиксирането на цените

В разгледаните по-горе примери е показано, че фиксираните от правителството цени не са равновесните за съответните пазари. По своята същност това са „наложени цени“ от външна за пазара сила. Пазарите са в неравновесно състояние и намесата на правителството чрез определяне на ценови под или на ценови таван не позволява пазарите да се саморегулират и да бъдат в равновесие.

В случай на определянето на минимална цена на труда, на трудовия пазар възниква свръх предлагане, което се определя като безработица. Ако се определят минимални изкупни цени на селскостопански продукти, се създава свръх предлагане, което застоява в складовете и не може да се реализира чрез пазарния механизъм. Ако се определят максимални цени, то се поддържа дефицита на съответните продукти и се формира „опашка“ или „списък на чакащи“.

Резултатът от фиксирането на цените е винаги един и същ: при ценови под – свръх предлагане (пазарен излишък), при ценови таван – свръх търсене (пазарен дефицит). Оттук не бива да правим извода, че намесата на правителството чрез фиксиране на цените е винаги и само отрицателно явление. Ако контролът върху трудовото възнаграждение се отмени и цената падне до равновесното равнище, то свръх предлагането на труд или безработицата вероятно ще изчезне, но как това ще се отрази на живота на работещите хора? Не случайно работещите се самоорганизируют в съюзи, които се противопоставят на опитите за отмяна на закона за минималното трудово възнаграждение. Подобни явления наблюдаваме и на пазарите на селскостопански продукти, където производителите систематично се обръщат към правителството да използва политики за определяне на минимални изкупни цени. При наличието на дефицит на жизненоважен продукт отмяната на ценовия таван ще изчисти пазара като ликвидира пазарния дефицит, но това няма да реши проблемите на хората с достъпа до тези продукти и удовлетворяване на техните първостепенни потребности.

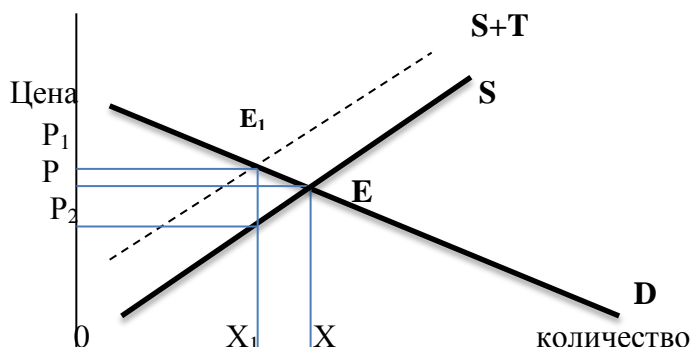
Данъци и субсидии

Правителството може да влияе върху пазарните цени не само чрез фиксирането им като минимални или максимални. Налагането на данъци или отпускането на субсидии за определени продукти, които се отчитат в техните цени, въздейства върху работата на конкурентните пазари.

Данъци върху разходите

Данъците, които правителството налага върху разходите на участниците на пазара, са част от пазарните цени на определени продукти. Тези данъци се определят като косвени

и най-разпространени са данък добавена стойност, акцизи и мита. Косвените данъци водят да покачване на пазарните цени на съответните продукти и променят поведението и на купувачите и на продавачите. По-високите цени намаляват готовността на хората да плащат за съответните блага и вероятно такава е една от целите за акцизът върху алкохолът и тютюна.



Фиг. 6.3 Ефект на данъка върху продажбите (например ДДС)

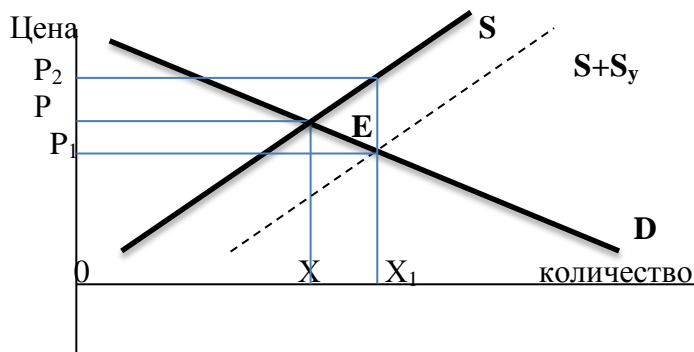
Косвеният данък повишава разходите за предлагането на продукта. Равновесната пазарна цена се повишава, а количеството се намалява.

На фигура 6.3 кривата на предлагането без налагането на данък върху продажбите на даден продукт е S . Кривата $S+T$ е предлагането с отчитане на данъка. Тя е вертикално успоредна на първоначалната като за всяко количество към желаната от предлагачите цена е прибавен и данъкът. В резултат пазарното равновесие се измества от E до E_1 . Новата равновесна цена е по-висока и количеството спада до X_1 . Цената, която заплащат купувачите е P_1 , но това не е цената с която продавачите разполагат. За продавачите срещу количеството X_1 ще постъпят приходи, определени по цена P_2 . Разликата му цената за купувачите P_1 и цената за продавачите P_2 е данъкът за единица продукция, който трябва да бъде внесен в бюджета на правителството. Така данъците върху разходите на икономическите субекти изкривяват работата на свободния пазар като повишават пазарните цени и намаляват количествата, които се купуват и продават.

Субсидии

По отношение на някои социално значими продукти правителството може да намали разходите на предлагането като отпусне субсидии за единица продукция на предлагачите. По този начин се подкрепят производителите чрез стимулиране на потреблението. На фигура 6.4 кривата на предлагане без субсидиране на единица продукция е S . Субсидирането води до промяна на предлагането, което се представя чрез изместената налясно крива $S+S_y$ (предлагане плюс субсидия). При новата по-ниска цена количеството нараства до X_1 . За да предложат това количество X_1 продавачите трябва да получат цена P_2 . Те получават от купувачите по-ниска цена P_1 , а от правителството получават субсидия, която допълва тази цена до P_2 . Очевидно намесата на правителството

чрез субсидии също изкривява работата на пазара като понижава пазарната цена и увеличава пазарното количество на даден субсидиран продукт.

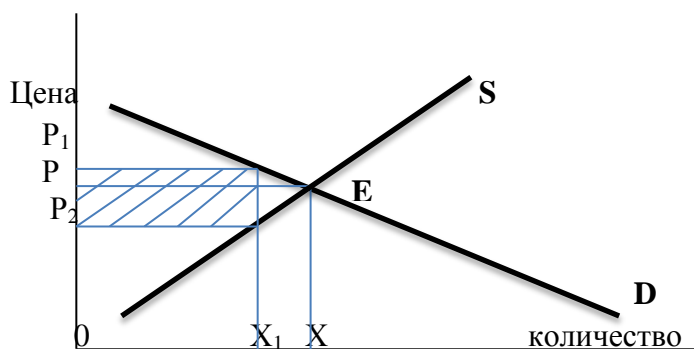


Фиг. 6.4 Ефект на субсидиите за единица продукция

Субсидиите намаляват цените, които трябва да се заплащат от потребителите и увеличават равновесното пазарно количество.

Неконкурентни пазари

В съвременния свят пазарите не са съвършено конкурентни. На някои пазари господстващо положение имат няколко продавача. Има и пазари, на които продавачът е един и се нарича монополист. Продавачите с монополна власт имат възможност да контролират предлагането на даден продукт и да поддържат свръх търсене или дефицит. От тук произтича по-високата цена, която осигурява по-голяма печалба.



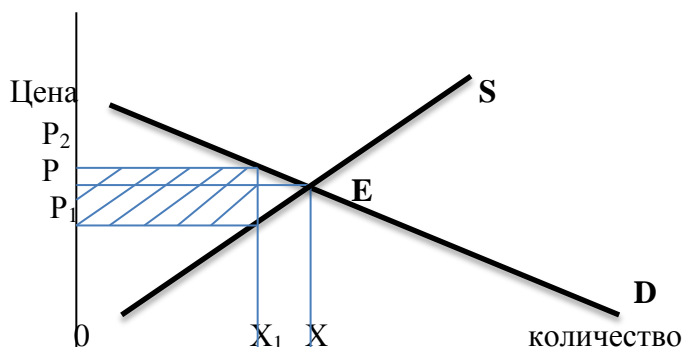
Фиг. 6.5 Предлагање от страна на монополист

Продавачът монополист съкращава предлаганото количество от X на X_1 и повишава цената.

На фигура 6.5 е видно, че ако пазарът работеше като конкурентен, то равновесието щеше да се постигне при цена P и равновесно количество X . Монополистът като

единствен от страна на предлагането съкращава предлаганото количество до X_1 . Този обем продукция може да бъде продаден по цена P_2 както показва кривата на предлагането. Но от кривата на търсенето, която отразява желанието на купувачите да заплатят за дадено количество, следва, че за съкратеното количество X_1 цената при продажбата ще е P_1 . Като съкращава количеството продукция и продавайки по възможно най-високото цена, монополистът има възможност да получи свръх печалба, която се определя като монополна печалба. На фигурата 6.5 заштрихованият правоъгълник изразява геометрична с площта си тази печалба, която за единица продукция е представена от разликата в цената за купувача и цената, по която монополистът трябва да предложи даденото количество.

Свободният пазар генерира взаимно изгода за купувачите и продавачите. В условията на монопол се наблюдава своеобразна „експлоатация“ на купувачите и присвояване под формата на монополна печалба част от изгодата на купувачите. При тези обстоятелствата много често правителството се намесва чрез приемането на антимонополни закони, целящи да защитят потребителите. Това е пример за ползотворна намеса на правителството в работата на пазара, най-малко от позицията на купувачите.



Фиг. 6.6 Предлагање от страна на монопсонист

Купувачът монопсонист съкращава предлаганото количество от X на X_1 и понижава цената.

Има пазари, на които господстващо положение имат няколко купувача. Когато купувачът е един, пазарът се определя като монопсон.

На фигура 6.6 е показано, че ако пазарът е конкурентен, то равновесната пазарна цена би била P , а равновесното количество X . Монопсонистът има силата като единствен купувач да съкрати купуваното количество до X_1 . Според кривата на търсенето за това количество той е бил готов да заплати цена P_2 . Но господстващото положение му позволява да смъкне цената до P_1 , която отразява минималната цена за предлагащата продукцията страна. Поради факта, че продавачите нямат друга алтернатива да продават продукцията си, за това количество са принудени да приемат възможно най-ниската цена.

Монопсонът като несвършен пазар на практика се случва в сферата на покупко-продажбата на производствени ресурси. Например в недалечното минало на трудовия пазар в миньорските центрове (въглища, руди), където единствен работодател е била съответната минна компания, трудовото възнаграждение на миньорите е било на

възможно най-ниско равнище, а условията на труд тежки. Това е една от причините за силното влияние в този сектор на професионалните съюзи, които като изразител на интересите на работниците водят преговори за сключване на колективни трудови договори при справедливи заплати и за подобряване на условията на труд.

Разгледаните примери показват, че сама по-себе си свободата на пазара не винаги рефлектира в ефективност на пазарния механизъм и не гарантира получаване на взаимно изгода от участниците. Налага се правителството да се намесва с цел отстраняване на нежеланите социални ефекти на свободния пазар. Вероятно единици биха приели свободата на пазара на опасни за здравето химикали, лекарства или оръжие.

Поглед назад

Обобщение

Анализът на пазара може да се използва, за да се покаже как фиксирането на цените от правителството създава свръх търсене (дефицит) и свръх предлагане (излишък). Чрез пазарния модел се вижда как правителството с данъци и субсидии може да влияе върху потреблението на дадено благо като го намалява или увеличава и как монополистът и монополистът могат да използват своето пазарно влияние.

Основни понятия

Фиксиране на цената
Ценови под
Ценови таван

Данъци върху разходите
Субсидии
Пазарно влияние

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Какво означава пазарът да е свободен и какво може да наруши неговата свобода?
2. По какъв начин монополистът може да получи свръх печалба?
3. Посочете примери, които показват наличието на монопол.

Есе

1. Използвайте графичния метод, за да покажете как данъкът върху разходите може да повлияе върху вноса на кафе.
2. Коментирайте идеята, че след като свободният пазар генерира равновесие, при което търсенето и предлагането се съгласуват, то те със сигурност създават изгода за всички свои участници.

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбирате икономиката. Нов български университет, стр. 60-99.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 38-97.

3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 48-91.
4. Mankiw, Gregory. (2008). Principles of Microeconomics, 5th edition, South-Western CENGAGE Learning, pp. 65-85.
5. McConnel, Campbell, Stanley Brue, Sean Flynn. (2011). Principles of Microeconomics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 46-75.
6. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 83-106.
7. Sloman, John. (2003). Economics, Sixth edition, Pearson, pp. 33-68.
8. Colander, David (2003). Economics, McGraw-Hill, pp. 96-103.
9. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 65-84.

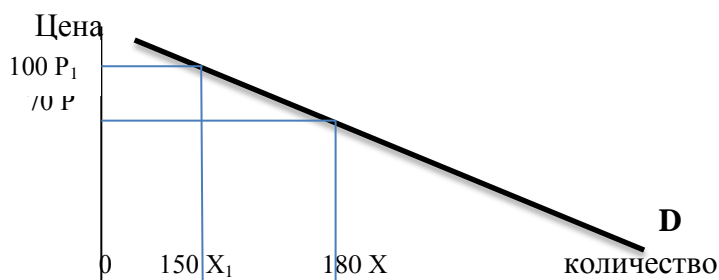
Тема седма: Теория на търсенето

Въведение

Анализът на действието на пазарния механизъм чрез взаимодействието на търсенето и предлагането, който беше направен в предходните теми, се базираше на проявлението на тези сили в реалността. За да се задълбочи обяснителната сила и да се засили прогнозната сила на икономическата теория е необходимо разбиране на дълбоката същност на търсенето и предлагането. Трябва да дадем отговор на въпросите защо когато цената на блага нараства, търсеното количество намалява, а предлаганото количество нараства.

Крива на търсенето

Кривата на търсенето представя визуално поведението на потребителите, които с ограничения си доход желаят да удовлетворят възможно най-пълно потребностите си от блага. Тя показва количествата, които потребителите биха били готови (едновременно могат и желаят) да купят при различни значения на цената. Типичната крива на търсенето е линия с отрицателен наклон. На фигура 7. 1 е представена стилизирана крива на търсенето като права линия.



Фиг. 7.1 Типична крива на търсене.

Колкото по-ниска е цената, толкова по-голямо е търсеното количество.

Защо наблюдаваме такава закономерност? Теорията на търсенето фокусира вниманието си към пазарното поведение на потребителите и предлага обяснение на фактите. Ще разгледаме първоначално възможно най-простото обяснение на причините, което в последствие ще детайлизираме.

Първоначално обяснение

За обяснение на наблюдавания факт, че търсеното количество е по-голямо при по-ниска цена, отколкото при по-висока, могат да бъдат приведени следните три довода.

Първо. Хората като правило купуват дадено нещо само, ако очакват в резултат на това да бъдат в по-добра позиция, отколкото преди покупката. Отделният разумен човек очаква от купуването благо да получи поне толкова (не по-малко) полезност, колкото би загубил от парите, които ще изхарчи при покупката. Ако това не беше така, ние щяхме да бъдем в по-лошо положение когато купуваме, отколкото когато не купуваме. За да демонстрираме твърдението, да предположим, че вие сте в ситуация, при която дадено нещо за вас има ценност, определена в пари като 1 лв., а неговата пазарна цена е 1.50 лв. Ако вие купите това нещо, ще жертвате 1.50 лв. от вашия доход, а в замяна ще получите ценност, измерена в пари като 1 лв. В крайна сметка ще констатирате загуба на ценност от 0.50 лв. Ако благо то имаше пазарна цена от 0.80 лв., като резултат щяхте да бъдете в по-добро положение, защото ще получите ценност от 0.20 лв., която няма да заплатите чрез цената при покупката. По този начин може да обясним наблюдавания факт, че хората имат по-голямо желание да купуват блага при по-ниски цени, отколкото при високи равнища на цените.

Второ. Когато купуваме едно нещо, задължително отчитаме и неговите алтернативи. При по-ниски цени дадени блага притежават по-голяма ценност за нас по сравнение с наличните алтернативи. Ако цената на пилешкото месо е ниска, хората получават по-голяма полезност при покупката на пилешко, отколкото при покупката на говеждо. Така с този друг довод може да бъде показано, че хората вероятно имат по-голямо желание да купуват при по-ниски равнища на цените.

Трето. Ако цената на някакво благо падне, то хората имат възможност, при равни други възможности, да купуват повече от това благо, отколкото преди това. Да предположим, че цената на даден продукт пада от 0.25 лв. до 0.20 лв. Така вие може да купите сега 5 броя, вместо купуваните 4 броя до намаляването на цената. Разбира се никой не е задължен да увеличи купуваното количество, но безусловно е налице повишаване на покупателните възможности на потребителя.

Така трите главни идеи, които обясняват случващото се, когато цената на едно нещо падне, са: така се получава повече ценност срещу парите; то става относително по привлекателно от своите алтернативи; хората биха могли да купят повече, отколкото преди. Първите два довода отразяват нарастване на *желанието* да се купи, а третият отразява нарастване на *възможността* за купуване. Тези елементарни първоначални обяснения могат да бъдат разширени и задълбочени.

Търсене и полезност

Ще се сблъскаме с Теорията на пределната (допълнителната) полезност, когато насочим вниманието в дълбочина към идеята, че дадено нещо ще купим, ако оценката ни за неговата полезност в пари е не по-малка от полезността на парите, която ще изгубим при покупката. Тази теория приема, че всяка единица благо има за хората полезност, която може условно да се изрази в пари. Всяка единица, която човек желае да потреби може да се разглежда като допълнителна или пределна. Ако единиците са нула, то първата потребена е едновременно и допълнителна, и последно потребена. Втората единица, която

добавим към първата, става допълнителна и последно потребена. Когато към двете единици се добави трета, то тя е допълнителна и последно потребена единица и т.н. Какво на практика се наблюдава в процеса на последователно потребяване на все нови и нови допълнителни единици от дадено благо? Преди да отговорим на въпроса, нека припомним, че всяка потребност към определен момент има насищане. Ние очакваме благата да са ни полезни в удовлетворяването на нашите разумни потребности. Колкото повече единици благо потребяваме, прибавяйки допълнително все нови и нови единици, толкова повече се насища нашата потребност от това благо. Според теорията за пределната полезност това може да се изрази като намаляване на оценката ни за полезността на всяка следваща допълнителна единица благо. С колкото по-малки количества от благо разполагаме, толкова по-полезно за нас го оценяваме. Колкото повече от него имаме, толкова по-малка е полезността за нас от всяка следваща допълнително потребена единица. Това, че получаваме по-малко полезност означава, че желанието да правим разходи или жертви за допълнително единици от благо намалява.

Ако си представим графично как би изглеждала промяната на полезността на всяка следваща единица от дадено благо (първа, втора...), то това би била линия с отрицателен наклон, наподобяваща кривата на търсене. С нарастване на количеството, намалява получаваната допълнителна полезност от всяка следваща допълнителна единица от благо. За да купи единица благо потребителят трябва да се откаже от определено количество пари от своя доход, което е еквивалентно на пазарната цена. Всеки потребител, съзнава или не съзнава това, сравнява величината на очакваната полезност на благо с величината на полезността, която трябва да жертва чрез заплащане на цената. Ако получаваната полезност от благо е по-голяма от жертваната полезност на дохода, измервана чрез цената, то потребителят ще желае да купува от благо. Обратно, ако цената е по-висока от полезността на единица благо, потребителят ще се въздържа от покупка. Оттук следва, че за да увеличи купуваното количество от дадено благо, потребителят трябва да срещне намаляване на неговата цена. Според теорията на пределната полезност наблюдаваната закономерност за намаляване на пределната полезност стои зад отрицателната връзка между търсеното количество и пазарната цена на благата или зад отрицателната форма на кривата на търсенето на потребителите.

Ефект на заместването и на дохода от промяна на цената

Идеята за тези ефекти (резултати), възникващи при промяна на цените, хвърля светлина както върху желанието, така и върху възможностите на хората да купуват при различни равнища на цените. Когато цената на даден продукт се променя, това резултира по два начина върху поведението на потребителите. От една страна се променя оценката им за привлекателността на алтернативите на това благо. От друга страна се променят възможностите да купуват повече или по-малко. В теорията на търсенето тези явления се наричат съответно ефект на дохода и ефект на заместването.

Ефект на заместването

Голяма част от потребяваните продукти имат заместители. Когато цената на дадено благо се понижи, то става по-привлекателно за закупуване по сравнение с неговите алтернативи. Независимо каква степен на атрактивност благо е имало по сравнение със

заместителите си преди падането на цената, след като цената му се намали, то става по-привлекателно за купувачите.

В реалността наблюдаваме ситуацията, че когато цената на едно нещо се намали, хората се стремят да заместят други неща с него. Когато цената на пилешкото месо падне, хората ще се стараят да заместят говеждото с пилешко. Казаното означава, че намаляването на цената винаги ни тласка към купуването на повече от това нещо. От гледна точка на математиката ефектът на заместването е винаги отрицателен. Това означава, че промяната на търсеното количество на благо е винаги в обратно посока на промяната на неговата цена. Ако цената на благо се намалява, то търсеното количество от това благо се увеличава. И обратното, ако цената на благо се покачва, то в противоположна посока се променя търсеното количество или то се намалява. Ефектът на заместването е също така потвърждение на отрицателната зависимост между цената и количеството на търсеното благо.

Ефект на дохода

Когато цената на едно нещо падне, тя оказва същото въздействие върху поведението на потребителя, което оказва нарастването на неговия доход. Ако месечно вашето домакинство купува 4 кг. сирене по цена за килограм 15 лв., доходът, който трябва да изхарчи е 60 лв. В случай, че цената на сиренето се понижи до 12 лв., то месечно вие трябва да разполагате с 48 лв., за да може да си купувате необходимите ви 4 кг. В крайна сметка след понижаване на цената на сиренето вие се оказвате като че ли с екстра доход от 12 лв. Ефектът за вас е освободените разходи, които се оценяват като допълнителен доход и могат да бъдат изхарчени по ваша преценка за закупуване на по-голямо количество от същото благо или насочени към увеличаване на търсеното количество от други блага. В посочения пример ефектът на дохода от промяна на цената е също като ефекта на заместването отрицателен. Когато цената пада и това рефлектира върху реалната покупателна сила на дохода, то търсеното количество от благо се увеличава и обратното.

Величината на промяната на търсеното количество като ефект на дохода от промяната на цената не е задължително да се прояви веднага. Възможно е това да се случи в по-дълъг период от време. А може и да не настъпи, защото полученият като че ли допълнителен доход от промяната на цената на едно благо, потребителят да насочи към увеличаване на търсеното количество от друго благо като например сладолед, плодове или бисквити.

Ефектът на дохода от промяна на цената може да рефлектира понякога не в увеличаване, а в намаляване на търсеното количество на благо, чийто цена е паднала. Да си представим, че всеки петък вие си купувате три риби скумрия (1.5 кг.) за вечеря. Ако цената на скумрията се понижи и в резултат на това вие се окажете като че ли с не малък екстра доход, може да промените преценката си за ценността на рибата и да си купите парче (0.7 кг.) риба съомга. Така ефектът на дохода в случая се проявява в това, че при понижаване на цената на благо вие започвате да купувате по-малко от него.

Ако ефектът на заместването е винаги отрицателен, то ефектът на дохода може да бъде негативен, което се счита за нормална реакция на потребителя при намаляване на цената на неща, които се преценяват като необходими. При падането на цената на дадено нещо, което предизвиква освобождаване на доход, потребителят може да увеличи търсеното количества. Този ефект за определени блага може да бъде положителен или при

намаляване на тяхната цена потребителите започват да купуват по-малки количества. Това е свързано с промяна в оценките за полезността на тези блага, произтичаща от нарастването на дохода на потребителя. Те стават като че ли по-малко ценни или се определят като малоценни от забогателите потребители и това рефлектира в намаляване на търсените количества, въпреки намаляването на тяхната цена.

Следствия от промяната на цената

Ефектът на заместването и ефекта на дохода разглеждани съвместно се определят като ценови ефект (ефект на цената). Той отразява резултатът от намаляването на цената на даден продукт.

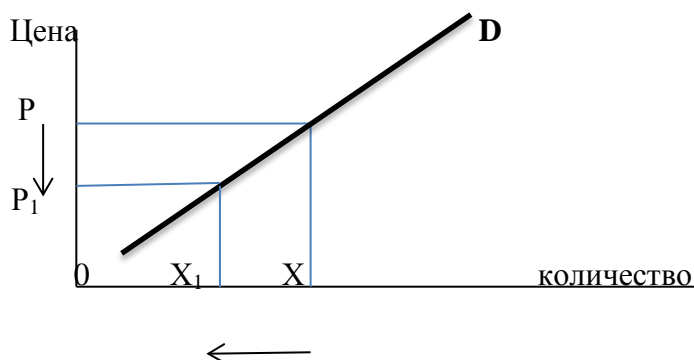
Ако ефектът на заместването и дохода са еднопосочни - отрицателни, то със сигурност следва, че при намаляването на цената на благото ще се увеличи търсеното количество. Погледнато математически това означава, че когато цената пада, в обратна посока (повишава) се променя търсеното количество. Случва се своеобразно наслагване на двата отрицателни ефекта. От една страна потребителят купува повече, защото получава повече ценност по сравнение с алтернативите. От друга страна купува повече, защото може да си го позволи. Както беше отбелязано това е нормалната ситуация и кривата на търсенето е с отрицателен наклон. Ако двата ефекта са насочени в противоположна посока, крайният резултат може да бъде различен. Да припомним, че ефектът на заместването е винаги отрицателен. Цената пада, търсеното количество се увеличава. Когато ефектът на дохода е положителен – цената пада, търсеното количество се повишава, то ефектът на цената (общият ефект, обединяващ ефекта на заместването и дохода) може да е отрицателен. Това означава, че отрицателният ефект на заместването (нарастване на търсеното количество) частично се компенсира от положителния ефект на дохода (намаляване на търсеното количество), но в крайна сметка при падането на цената търсеното количество като цяло се увеличава. При падането на цената потребителите купуват повече, защото получават повече ценност по сравнение с алтернативите, но едновременно с това купуват по-малко, защото се чувстват достатъчно богати за да си позволят други неща. Кривата на търсенето отново има отрицателна форма. Ако положителният ефект на дохода е толкова голям, че може да елиминира изцяло отрицателния ефект на заместването се сблъскваме със ситуацията при която падането на цената на дадено нещо, променяйки дохода на потребителя и неговата ценностна система, го карат да купува по-малко от това нещо и да насочва търсенето си към други неща.

Крива на търсенето с положителен наклон

Продукти на Гифън

Тези блага, по отношение на които промяната на цената създава много силен положителен ефект на дохода, са известни като „стоки на Гифън“. Гифън е този британски статистик, който описва това изключение от закона на търсенето, което графично се представя чрез крива с положителен наклон. На фигура 7.2 показва, че при понижаване на цената от P до P_1 търсеното количество също пада от X до X_1 . По-ниската цена предполага по-малко търсено количество, отколкото по-високо както обикновено се наблюдава на практиката. Такава ситуация се наблюдава рядко и произтича от особеностите на националното хранене на нискодоходните слоеве на населението на дадени страни. Например намаляването на цената на рибата, която представлява основна

храна на населението на относително бедна островна държава, създава значителен ефект на дохода, който кара хората да се държат като богати и да си купуват по-малко риба и повече други продукти.



Фиг. 7.2 Крива на търсене на продукти на Гифън

Когато цената пада, потребителят насочва вниманието си към алтернативите, които вече са достъпни, поради освобождаването на значителна част от дохода.

Теория на търсенето

Теорията на търсенето ни дава възможност да обясним поведението на потребителите в по-големи подробности. Тя разкрива не само как най-често хората действат на пазара в стремежа си със зададените финансови средства да удовлетворят в най-голяма степен потребностите си. Тя ни обяснява не само това, което правят потребителите, но защо и кога го правят и защо и кога не биха постъпвали по този начин.

Поглед назад

Обобщение

Търсеното количество обикновено е по-голямо при по-ниско равнище на цените, отколкото при по-високо равнище на цените. При по-ниски цени хората желаят да купуват повече, защото: богатата дават по-висока ценност срещу парите, които се жертват; те стават по-ценни по сравнение с алтернативите (ефект на заместването); нарастват възможностите за купуване (ефект на доход). Когато са налице стоки на Гифън цената пада и потреблението на продукта намалява, което е изключение от обикновено наблюдаваното потребителско поведение.

Основни понятия

Полезност
Пределна полезност
Крива на търсене

Ефект на дохода
Ефект на заместването
Стоки на Гифън

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Обяснете понятието пределна полезност и защо тя намалява, когато количеството на потребеното благо се увеличава.
2. По какъв начин ефектът на заместването и ефектът на дохода разкриват поведението на потребителите да купуват повече, когато цената на благо пада?
3. Какво представляват стоките на Гифън?

Есе

1. Обяснете защо кривата на търсенето като правило е с отрицателен наклон? При какви обстоятелства това може да не се случи и кривата да е с положителен наклон?
2. Обяснете защо кривата на търсенето на стоките на Гифън е нарастваща или с положителен наклон и с какви обстоятелства е свързано това изключение.

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 60-100.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 38-67.
3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 92-124.
4. McConnel, Campbell, Stanley Brue, Sean Flynn. (2011). Principles of Microeconomics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 116-139.
5. Colander, David (2003). Economics, McGraw-Hill, pp. 179-202.
6. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 84-106.

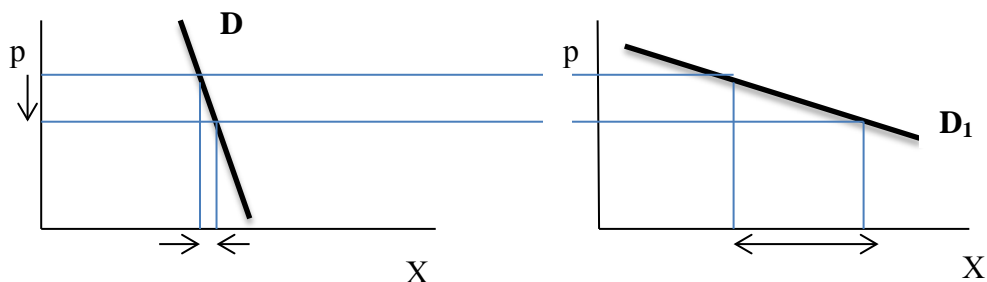
Тема осма: Еластичност на търсенето

Въведение

Поведението на потребителите на пазара, което определихме като търсене, може да се представи чрез крива на търсенето с отрицателен наклон. Тя показва, че при намаляване на цената търсеното количество се увеличава, а теорията на търсенето разкрива какво точно кара хората да действат обикновено по този начин. Като знание за пазарното поведение на купувачите това не е малко, но недостатъчно. Практиката показва, че при една и съща относителна промяна на цената по отношение на определени продукти хората реагират като променят търсеното количество по-значително, отколкото при други. Геометрично това намира израз в различния наклон на кривите на търсенето – едни са по-стръмни, други по-полегати – и се обяснява чрез идеята за еластичността.

Еластичността на търсенето като идея

Да се насочим към това, което от гледна точка на икономическия смисъл, разкрива наклона на кривата на търсенето. На фигура 8.1 са показани две криви на търсенето. По-стръмната крива показва, че намаляването на цената има незначителен ефект върху промяната на търсеното количество. За втората по-полегата крива същата промяна в цената рефлектира в съществено намаляване на търсеното количество.



Фиг. 8.1 Различен отговор на промяна в цената.

Една и съща промяна в цената на търсенето, рефлектира в по-малка промяна на количеството при търсенето D , отколкото при D_1 .

Ако се обърнем към търсенето на сол за нашите домакински нужди, стръмната крива на търсенето представлява добра графична представа на поведението на потребителите. Дори и цената на солта да спадне двойно, това няма да ни накара да увеличим съществено потреблението на сол. В случай, че цената на автомобилите спадне, промяната в търсеното количество ще бъде забележима. Това графично е представено чрез полегатата крива на търсене.

Обмисляйки написаното обърнете внимание, че става дума за пропорционална промяна на цената и количеството. Промяната на цената с 10 лв. на едно нещо, което струва 20 лв. вероятно е доста значителна и важна. Намаляването на цената с 10 лв. на нещо, което струва 20 000 лв. относително е толкова незначителна, че със сигурност няма да предизвика каквато и да е промяна в поведението на купувачите. За това промяната на цената и на търсеното количество се изразява чрез сравняването на относителните величини на промяната, изразена в проценти.

Ценова еластичност

Идеята за измерване на чувствителността на търсенето на потребителите към промяната на цените на купуваните блага се определя като „еластичност“. Този термин добре отразява „гъвкавостта“ на търсенето – разширяването или свиването – при „натиска/промяната“ на цената. В икономиката понятието „ценова еластичност“ отразява относителната промяна на търсеното количество, предизвикана от определена относителна промяна на неговата цена.

Търсенето се определя като еластично, когато пропорционалната промяна в търсеното количество и по-голяма от пропорционалната промяна в цената на блага. Търсенето на хората е високо чувствително към промяната на цената, след като малка промяна в цената предизвиква голяма промяна в търсеното количество. В случай че търсеното количество се променя незначително при голяма пропорционална промяна на цената, търсенето на такова благо се определя като нееластично. Това означава, че търсенето на хората не е чувствително към промяната на съответната цена.

Съвършено еластично и нееластично търсене

При обсъждането на ценовата еластичност на търсенето трябва да бъдат отбелязани двата екстремални случая на ценова еластичност. Единият се наблюдава, когато търсенето не реагира на промяна в цената на блага. Такова търсене се определя като съвършено нееластично. Такава ситуация имаме при фиксирано количество от дадено благо. Наличното или зададено количество е едно и също за всички възможни равнища на цената. Например продаваната яхта като количество няма как да се промени, независимо колко се променя нейната продажна цена. Геометрично търсенето на съвършено нееластични неща се представя с вертикална крива на търсене на равнището на фиксираното количество.

Другата екстремална крайност е тази, при която цената е една и съща за различните търсени количества. Търсенето се определя като съвършено еластично (безкрайно голямо). Това би могло да се случи, когато полезността на единица благо не намалява с нарастване на количеството, защото са налице безкрайно много съвършени заместители на даденото благо. Геометрично кривата на търсенето се представя с хоризонтална линия на равнището на цената на блага.

Измерване на ценовата еластичност

За да бъде количествено измерена еластичността се определя коефициент на еластичността. Той се изчислява като промяната на количеството, изразена в проценти, се дели на предизвикалата я промяна в търсеното количество, също определено в проценти.

$$E_p = \Delta X\% : \Delta P\%$$

E_p = процентна промяна на търсеното количество/процентна промяна на цената

Еластичното търсене се характеризира с голяма относителна промяна в търсеното количество и малка относителна промяна на цената. Числената стойност на коефициента е по-голяма от единица.

$$E_p = \Delta X\% : \Delta P\% = 30\%/10\% = 3$$

Нееластичното търсене се характеризира с малка относителна промяна на търсеното количество и голяма относителна промяна на цената. Числената стойност на коефициента на еластичност е по-малка от единица.

$$E_p = \Delta X\% : \Delta P\% = 10\%/50\% = 0.2$$

Значение на ценовата еластичност на търсенето

Информацията за ценовата еластичност на търсенето е от особена важност за съвременните фирми предвид стремежът им да получат възможно най-високи печалби. Тя позволява на продавачите да приемат ефективни ценови решения или да определят „правилните“ цени за своите продукти. Ако търсенето на даден продукт е високо еластично или чувствително по отношение на промяната на цената, намаляването на цената даже съвсем малко би привлякло нови купувачи за фирмата. Понижаването на цената ще рефлектира в някаква загуба на приходи, но увеличаването на оборота или продаденото количество ще осигури повече приходи, които ще компенсират загубите от намаляването на цената и ще увеличат печалбата. Да разгледаме това явление по-детайлно.

Еластичност и приходи от продажбите

При високо еластично търсене пропорционалното намаляване на цената на един продукт ще предизвика пропорционално по-голямо нарастване на търсеното количество и в крайна сметка увеличаване на приходите на продавача.

Общият приход се определят като цената на единица продукция умножим на броя на продадените единици. Ако цената на едно благо е 100 лв. и от него са продадени 50 единици, то общият приход, получен от този продукт е 5 000 лв. ($100 \times 50 = 5\,000$). Ако цената падне двойно (на половина) до 50 лв., продаденото количество ще се увеличи и ще бъде 250 единици. При тези обстоятелства общият приход от продукта ще бъде 12 500 лв. ($50 \times 250 = 12\,500$). Коефициентът на ценова еластичност на търсенето ще определим като разделим процентната промяна на търсеното количество $((250-50)/50) \cdot 100 = (100/50) \cdot 100 = 2 \cdot 100 = 200\%$ на процентната промяна на цената $((50-100)/100) \cdot 100 = (-50/100) \cdot 100 = 50\%$ или $200\%/50\%$. Неговата числена стойност е равна на 4, което означава, че търсенето на този продукт е високо еластично. За това намаляването на цената ще доведе до значително нарастване на приходите на продавача.

Когато търсенето е нееластично, което означава, че на дадена пропорционална промяна на цената съответства по-малка пропорционална промяна на търсеното

количество. В крайна сметка приходът от продажбите на продавача ще спаднат. Ако при цена 100 лв. търсеното количество е 100 единици, приходът от продажбата ще бъде $100 \text{ р.} \cdot 100 = 10\,000$ лв. При намаляване на цената до 50 лв. търсеното количество, което ще се продаде ще се увеличи до 110 единици. Общият приход, който ще се реализира ще бъде $50 \text{ р.} \cdot 110 = 5\,500$ лв. При такова нееластично търсене приходите от продажбите ще спаднат с 4 500 лв.

За продавачите е ясно, че само при високо еластично търсене понижаването на цената на даден продукт ще предизвика увеличаване на приходите. И обратното, при нееластично търсене приходите могат да се увеличат, ако цената на продукта се увеличи.

Еластичност и данъци

Министерството на финансите е институция, която има голям интерес от информацията за ценовата еластичност на търсенето на продуктите, които се купуват в националната икономика. От косвените данъци, които се включват в цените на благата, представляват съществена част от приходите на държавата. Данъците върху тютюневите изделия гарантират приходи в държавния бюджет, защото цигарите са продукт с ниска ценова еластичност на търсенето. Пушенето е трудно преодолим (вреден) навик, който кара хората да продължават да купуват цигари, доже когато цените им нарастват. Косвените данъци върху горивата се характеризират с подобна особеност. Въпреки покачването на цените на бензина, притежателите на автомобили продължават да купуват гориво и така се осигурява доход за бюджета. Ако се налагат данъци на продукти, търсенето на които е чувствително към промяната на цената, то последиците ще съвсем различни. След нарастването на цената поради данъка, високо чувствителните купувачи ще престанат да купуват това благо. Намаляването на продажбите ще доведе до спадане на данъчните приходи на правителството.

Ако целта е да се намали пушенето, налагането на косвен данък няма да доведе до постигането на съществен резултат. Пушенето е своеобразна пристрастеност и търсенето на цигари е много ниско чувствително към промяна на цената. По-високите цени на тютюневите изделия имат много малко или почти никакво въздействие върху размера на продажбите. В случай, че даден продукт е с висока ценова еластичност на търсенето, подобна данъчна политика би имала ефект.

Фактори, определящи ценовата еластичност

Дали купувачите са чувствителни към промяната на цената на дадено благо зависи от няколко важни фактора (детерминанти).

Първо. Наличие на алтернативи или заместители. Ако потребителите нямат на разположение като алтернативи блага, които във висока степен могат да заместят продукта, чийто цена се повишава, то ценовата еластичност на търсенето на този продукт вероятно ще е ниска. Ясно е защо ценовата еластичност на търсенето на сол е ниска. На практика не съществуват алтернативи за солта в потреблението на хората.

Второ. Относителен дял на разходите за продукта в съвкупния доход. Ако за дадено благо купувачът харчи значителна част от разполагаемия доход, то промяната на неговата цена би имала съществен ефект. Обратното, ако разходите за нещо представляват относително незначителна част от разполагаемия доход, то промяната на цената не би имала значение за купувача. На практика повишаването на цените на автомобилите с 20%

няма да има силно въздействие върху търсенето на потребителите. За разлика от това, ако цената на бензина се повиши с 20%, това ще се отрази много по-значително върху купувачите.

Трето. Степен на необходимост на благото за потребителите. В случай, че купувачите имат възможност да пренастроят своите потребности, то промяната на цената ще съдейства за тази промяна. Ако се повиши цената на прясното мляко, купувачите могат да се преориентират към закупуване на повече кисело мляко. Има такива блага, които удовлетворяват първостепенни жизнено важни нужди и потребителите не са в състояние да направят това. Такъв е случаят с хляба например. Да не забравяме, че търсенето на даден продукт е свързано както с желанието, така и с възможността за закупуването му. Безусловно при покачване на цената на благото, колкото и първостепенна нужда то да удовлетворява, ще настъпи някакво съкращаване на количеството или се наблюдава определена ценова еластичност на търсенето.

Други видове еластичност

До момента разгледахме чувствителността на търсенето по отношение на промяната на собствената цена на благото или ценовата еластичност на търсенето. Известно ни е, че търсенето зависи и от други фактори, към промяната на които потребителите също са чувствителни. В тази връзка може да се анализира еластичността на търсенето по отношение на дохода и на цените на другите блага, свързани в потреблението с даденото благо.

Еластичност от дохода

При промяна на дохода на купувачите се наблюдава също промяна в търсенето количество. Определя се като „еластичност на търсенето от дохода“. При нарастване на дохода, при равни други условия, се разширяват възможностите на купувачите да увеличават покупките на блага. В реалността при нарастване на дохода се наблюдава висока чувствителност на търсенето на блага, определяни като луксозни, например висок клас компютри, мобилни телефони, фотоапарати, бижута и др. Продуктите, които удовлетворяват ежедневните нужди на хората и се определят като необходими блага, имат търсене с ниска степен на еластичност по отношение на промяната на дохода.

Кръстосана еластичност

Ако цената на зехтина се повиши, купувачите имат възможност да го заменят и да увеличат търсенето количество олио или краве масло. Тази проява на чувствителност на търсенето на дадено благо по отношение на промяната на цената на друго се нарича „кръстосана еластичност на търсенето“. В случая става дума за разпространение на влиянието на промяната на цената на един продукт, върху търсенето количество на друг продукт, който е свързан в потреблението с първия. Ако благата са заместители, то увеличаването на цената на едното благо, води до увеличаване на търсенето количество на неговия заместител. Такава е ситуацията с олиото и зехтина. Високата степен на кръстосана еластичност показва значителна степен на заместимост на благата. Колкото по-ниска е кръстосаната еластичност на търсенето, толкова по-различни са благата в очите на потребителите.

Съвсем различна е ситуацията, когато благата се определят като допълващи се в потреблението. Такива блага са компютрите и външните записващи устройства. Ако цената на компютрите падне, това ще рефлектира в нарастване на търсеното количество на външни записващи устройства. Ефектът произтича от факта, че намаляването на цената увеличава количеството на търсените компютри, което от своя страна ще стимулира нарастване на търсеното количество на допълващото благо външни записващи устройства.

Еластичност на предлагането

Не само търсенето, но и предлагането се характеризира с чувствителност или еластичност по отношение на дадени фактори. Предлагането е еластично или не еластично по отношение на цената на продукта, цените на факторите за производството на блага и др. Най-значителна е чувствителността на предлагането по отношение на фактора време. Колкото по-кратко е времето, толкова по-малки са възможностите на предлагането да се променя и да се адаптира към промените например на цената. В тази връзка при изучаване на предлагането условно се отделят три времеви периода – пазарен, кратък и дълъг. За тяхната значимост ще говорим в следващите теми.

Поглед назад

Обобщение

Ценовата еластичност на търсенето отразява чувствителността на търсеното количество към промяна на цената на блага. До голяма степен тя се определя от наличието на алтернативи или заместители на дадения продукт. Търсеното количество може да бъде чувствително и към промяната на дохода на потребителя и промяната на цената на друго благо, свързано в потреблението с даденото, което се определя съответно като еластичност от дохода и кръстосана еластичност.

Основни понятия

Еластичност на търсенето
Ценова еластичност
Коефициент на еластичност

Еластичност от дохода
Кръстосана еластичност
Еластичност на предлагането

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Ако ценовата еластичност на даден продукт е ниска, означава ли това, че търсеното количество се променя пропорционално повече или по-малко от промяната на цената?
2. В случай че даден продукт има ниска ценова еластичност на търсенето, как косвеният данък ще се отрази на продажбите му – ще ги съкрати значително или незначително?
3. Каква е еластичността от дохода на луксозните продукти – ниска или висока?

Есе

1. Обяснете в какво се състои концепцията за еластичността на търсенето по отношение на собствената цена на продукта и какви практически приложения има.

2. Съгласни ли сте с твърдението, че след като хранителните продукти са жизнено важни за хората, тяхната еластичност на търсенето е ниска.

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 60-100.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 38-97.
3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 73-91.
4. Mankiw, Gregory. (2008). Principles of Microeconomics, 5th edition, South-Western CENGAGE Learning, pp. 89-113.
5. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 107-127.
6. Sloman, John. (2003). Economics, Sixth edition, Pearson, pp. 48-61.
7. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 65-84.

Тема девета: Разходи за предлагането на продукция

Въведение

В предходните теми въведохме понятието предлагане, което описва пазарното поведение на продавачите. Кривата на предлагане показва, че при повишаване на цената на благо, се увеличава и предлаганото количество. За нас е важно не само да знаем как реагират продавачите на ценовите сигнали, но и защо имат такова поведение.

В няколко теми ще разгледаме теорията на предлагането, която обяснява по какви причини предлагането обикновено нараства, само ако цените нарастват. Ще разгледаме поведението на производителите, които предлагат продукта си на пазара, като започнем от опростеното тълкуване на ефективното пазарно предлагане и преминем към по-детайлното обяснение, което се базира на промяната на разходите, свързана с увеличаване на предлаганото количество.

Предлагането като пазарно поведение

Когато търсим отговор какво представлява предлагането от страна на продавачите, преди всичко си мислим за това какво се случва с предлаганото количество от дадено благо, когато цената му се променя. Предлагането изразява количеството, което продавача желае и може да продаде при дадена цена. Когато цената на благо се увеличава, желанието и възможностите за предлагане на по-голямо количество продукция е налице. Това поведение произтича от факта, че при нарастване на цената се увеличават получаваните от продажбите приходи. Точно това позволява продавачите да са в състояние да предложат повече.

В реалността това не винаги може да се случи. Възможно е към момента да не са налични допълнителни ресурси, за да се осигури допълнително предлагане, или най-малкото ресурсите да не са налични в необходимите количества. Като правило за повечето продукти в повечето случаи повишаването на цените повишава възможностите за предлагане на предлагачите. Същото заключение е валидно по отношение на желанието да се предлага. Когато цената на даден продукт се увеличи това прави привлекателно използването на ресурсите за производството именно на този продукт, а не за предлагане на нещо друго. Разбира се това не винаги се случва, но като правило такъв е най-вероятният резултат.

Идеята за положителната връзка между предлаганото количество и цената, произтичащи от желанието и възможността на предлагачия, отразява общото правило, макар и да се наблюдават изключения.

Предлагането като поведение на предприемача (фирмата)

Простото обяснение на предлагането трябва да бъде задълбочено чрез съсредоточаване на вниманието към поведението на предприемачите и изясняване на

стимулите, които мотивират тяхното поведение като производители, които предлагат продукцията си на пазара.

Цели на фирмата

Ще започнем изучаване на поведението на фирмата (предприятието или предприемача), като приемем, че изучаваме малко предприятие, което продава продукцията си на свободен и конкурентен пазар. В реалността това би могло да бъде дребна фирма, произвеждаща зеленчуци, квартално магазинче за продажба на плодове и зеленчуци или на сладкарски изделия. Поведението на големите фирми със значително влияние на даден пазар ще разгледаме по-късно.

Базисен мотив на производителите в пазарната икономика е получаването на възможно най-голяма печалба от продажбата на продукцията. Конкретният предприемач може да има и някакви други мотиви, но икономическата теория ги игнорира и се приема, че целта на фирмата е максимизирането на печалбата. Приемането само на една цел, която стимулира работата на фирмата, въпреки че не е съвсем правдиво, опростява ситуацията и анализа, без да нарушава неговата правдивост. В следващите теми ще въведем в модела и други цели, което ще позволи да се повиши степента на реализъм на съответния анализ. В по-нататъшното изложение ще приемем, че цел на фирмата е получаване на максимална печалба. Печалбата се определя от фирмата като разлика между приходите и разходите, генерирани от продажбата и производството на дадено количество продукт.

Способи за увеличаване на предлагането

За да увеличи произвежданото и предлагано количество, фирмата може да избере една от следните две алтернативи: да работи по-интензивно или да увеличи размера си. Очевидно интензифициране на дейностите или по-напрегнатата работа е по-лесният и бърз начин за нарастване на предлагането. Фирмата не променя размера си или запазва мащаба на производството, но повишава своята производителност. В икономическата теория това изменение на предлагането се определя като „предлагане в кратък период“.

Втората алтернатива, свързана с увеличаване на размера на предприятието или промяна на мащаба на производството изисква значително повече време. По тази причина изменението на предлагането чрез привличането на нови сгради и машини се определя като „предлагане в дълъг период“.

Нарастване на предлагането в кратък период

В кратък период размерът или мащабът на предприятието не се променя. Произвежданата и предлагана продукция може да се увеличи чрез по-интензивна работа в рамките на съществуващото предприятие. Преминването на многосменен режим позволява чрез привличане на допълнително работници да се осигури 24-ри часово експлоатиране на машините. Но са неизбежни и „жертви“, защото пренатовареното оборудване ще се наложи често да спира, за да се ремонтира. Наред с това работата нощем и в почивните дни изисква по-високо заплащане на труда на работниците, което увеличава разходите на фирмата. Оказва се, че нарастването на предлагането в рамките на зададения

мащаб на предприятието има определена разумна граница, която, ако се премине, води до по-големи разходи, отколкото са ползите от увеличаване на предлаганото количество.

Намаляваща пределна производителност (възвръщаемост)

Тази ситуация при увеличаване на предлагането в кратък период произтича от технологичните особености на производството при тези условия, когато фирмата разполага с фиксирано количество машини, съоръжения, инструменти, сгради, земя или фиксирани ресурси, а нарастването на резултата се дължи на добавянето на допълнително работници. От гледна точка на теорията наблюдаваната закономерност се определя като намаляваща пределна производителност или възвръщаемост от променливия фактор. При първоначалното включване в производството на допълнително количество работници се наблюдава нарастване на продуктивността на всеки следващ нает работник по сравнение с предходно наетия, защото производителността се увеличава като следствие от задълбочаване на разделението на труда и специализацията на работниците. От определен момент след изчерпване на възможностите за по нататъшно задълбочаване на специализацията на труда, допълнително наетият работник е по-малко продуктивен по сравнение с предходно наетия и така неговият принос за подобряване на резултата е по-малък. Всеки следващ нает работник има все по-ниска и по-ниска производителност по сравнение с предходния. Налице е намаляваща пределна производителност, независимо от конкретната производствена дейност.

Въздействие на намаляващата пределна производителност върху разходите

Отчитане на въздействието на тази технологична закономерност, проявяваща се в кратък период, е с изключително значение при отразяване на разходите, свързани с предлагането на продукцията на фирмата. След като разходите за допълнително количество ресурси създават допълнително количество продукт, това стимулира фирмата да извършва тези допълнителни разходи. Когато допълнителната продуктивност на изразходваните ресурси нараства, измерените в пари разходи за производството на допълнителна единица продукция намаляват. С изчерпване на възможностите за нарастване на продуктивността на допълнително внесените ресурси, се достига до тяхната минимална величина.

Ситуацията, при която паричните разходи за производството на допълнителна единица продукция са минимални, се определя като „оптимален производствен обем“. Ако при наемането на допълнително заети в една работилница за табуретки при производството на десетата единица паричните разходи за нейното създаване са минимални, то оптималният производствен обем на ден би бил десет единици. От технологични позиции това е най-ефективният обем производство и паричните разходи за последната единица продукция ще съответстват на най-ниската цена, по която фирмата при този производствен мащаб би била склонна да предлага на пазара. Ако фирмата иска да увеличи произвежданата и предлагана продукция (при зададения размер на предприятието), това ще стане за количество над оптималния обем след точката на минималните пределни разходи. Когато пределната производителност пада, пределните разходи или разходите за всяка следваща единица продукция нарастват. Очевидно нарастване на предлаганото количество ще се случи, ако пазарната цена на продукта нараства и по този начин покрива нарастващите разходи. Оказва се, че кривата на пределните разходи в нарастващата си част може да се разглежда като еквивалент на

кривата на предлагането на фирмата в краткосрочен период. На фигура 9.1 е представена краткосрочната крива на предлагане на фирма, която работи в условията на свършена конкуренция.



Фиг. 9.1 Влияние на намаляващата пределна производителност.

Х е оптималното количество продукт. Пределните разходи са допълнителните разходи за предлагане на допълнителна единица продукт. При нарастване на обема на производството над оптималния ефективността намалява и разходите за производството на всяка следваща единица продукция стремително нарастват.

Нарастване на предлагането в дълъг период

В периода, който се определя като дългосрочен, фирмата може да увеличи размера си и по такъв начин да постигне нарастване на предлаганата продукция. За постигане на ефект от промяната на мащаба на предприятието е необходимо по-дълго време, което зависи от особеностите на конкретния производствен процес.

Икономии от разширяване на мащаба

Когато фирмата започне да се разширява се наблюдава процес, който е сходен с процеса, определян като намаляваща пределна производителност. Нарастването на мащаба на производството в дадена фирма първоначално съдейства за нарастване на ефективността или производителността.

Колкото по-голяма става фирмата, толкова по-големи възможности има да се възползва от разделението на труда и специализацията. Включването на специализирани машини и оборудване позволява за единица време и от единица изразходвани ресурси да се произвежда по-голямо количество продукция. Привличането на по-тясно специализирани работници има същия ефект. От своя страна, купуването на големи количества суровини за голямата фирма, складирането, транспортирането и маркетинговите дейности позволяват да се икономисват разходи за производството на единица продукция. Това намаляване на средните разходи (разходи за единица продукция) при нарастване размера на предприятието се определя като икономии от мащаба на производството. Увеличаването на размера на предприятието създава предимства на голямата фирма пред малката, защото производството на единица продукция става по-евтино (по-икономично) и се създават предпоставки за намаляване на цената, по която се предлага продукцията.

Постепенното нарастване на мащаба и нарастване на ефективността също има технологични граници. Оказва се, че фирмата може да стане прекалено голяма. Големите високо специализирани машини не притежават необходимата технологична гъвкавост и при престой генерират големи разходи. При повреда на такава машина щетите от нарушаването на производствения процес са значителни. Големият персонал на фирмата все по трудно се управлява, за да се постигне необходимата координация. Отделните цехове и подразделения в управленската структура се сблъскват с противоречия помежду си и възникват сериозни проблеми при съгласуване на действията и решенията на мениджърите. Този ефект, свързан с прекомерното нарастване на размера на фирмата, се определя като загуби от мащаба на производството. Наблюдава се нарастване на разходите за производството на единица продукция, което предполага необходимост от нарастване на цената, по-която продукцията се предлага.

Ефект от загубите от мащаба

Влиянието на промяната в мащаба на производството се проследява ясно при анализа на средните разходи или разходите за производството на единица продукция. Първоначално при нарастване на предприятието производствената дейност на фирмата става по-ефективна и това рефлектира в намаляване на средните разходи, които се правят при произвеждането на продукцията в по-голямото предприятие. От технологична гледна точка съществува граница на промяната на производителността при увеличаване на големината на фирмата. Когато тя се достигне, средните разходи са най-ниски и размерът на предприятието се определя като „оптимален мащаб“. От позициите на технологичните особености на конкретното производство този размер е най-ефективен и минималните средни разходи са тъждествени на най-ниската цена, по-която може да се направи предлагането на продукцията. След достигането на тази оптимална позиция, ако растежът на предприятието продължи започва намаляване на ефективността и нарастване на разходите за единица продукция. Следователно увеличаването на размера и предлаганата продукция ще се случи, ако продажната цена на продукта се увеличи. Така и кривата на предлагането в дълъг период е нарастваща и отразява връзката между нарастването на цената и на предлаганото количество.

Поглед назад

Обобщение

В кратък период предлагането може да бъде увеличено чрез по-интензивна и ефективна работа на предприятието при зададения размер. Нарастващата интензификация има граници и в крайна сметка води до намаляваща пределна възвръщаемост от променливия фактор и нарастване на разходите за единица продукт. В дълъг период нарастването на предлагането се постига чрез увеличаване на мащаба на производството. Разширяването на предприятието след оптималния размер води до възникване на загуби от мащаба и нарастване на средните разходи. Производителят би увеличил предлаганата продукция, ако пазарната цена нарасне, защото по този начин ще може да покрие нарасналите разходи за единица продукция.

Основни понятия

Кратък период
Дълъг период
Икономическа печалба
Пределни разходи

Пределна производителност
Намаляваща възвръщаемост
Икономии от мащаба
Загуби от мащаба

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Обяснете разликата между намаляващата пределна производителност и загубите от увеличаване на мащаба на производството.
2. Какво означава достигането на оптимално количество произвеждана продукция?
3. Каква е разликата между краткосрочния и дългосрочния период?

Есе

1. Обяснете закона за намаляващата пределна производителност от променливия фактор и покажете неговото влияние върху равнището на разходите за единица продукция.
2. Какви са причините, които определят факта, че при опита да се увеличи предлагането фирмите се сблъскват с нарастване на единичните си разходи?

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 100-164.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 68-153.
3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 125-189.
4. McConnel, Campbell, Stanley Brue, Sean Flynn. (2011). Principles of Microeconomics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 140-193.
5. Case, Karl E., Ray C. Fair, Sharon C Oster. (2008). Principles of Microeconomics, Pearson, pp. 136-150.
6. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 127-177.
7. Taylor, John. (2009). Principles of Microeconomics, Houghton Mifflin Company, pp.
8. Sloman, John. (2003). Economics, Sixth edition, Pearson, pp. 148-268.
9. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 107-148.

Тема десета: Теория на фирмата

Въведение

Изучаването на поведението на фирмата при различни условия позволява да се опишат особеностите на предлагането. Особено полезно за практиката е изясняване влиянието на конкуренцията, характерна за средата, в която фирмите оперират, върху поведението на отделната фирма. В рамките на теорията на фирмата това става чрез позициониране на предприятието в две противоположни по своя характер пазарни среди – съвършена конкуренция и чист монопол. Това са ситуации, при които има възможно максимална степен на състезателност и отсъствие на каквато и да е състезателност.

Съвършена конкуренция

В условията на съвършена или идеална конкуренция фирмите са самостоятелни и независими една от друга. Всяко отделно предприятие работи като индивидуален предприемач, който се интересува само и единствено от своите икономически интереси. Отделната фирма има допирни точки с всички останали по повод пазарния дял, с който всяка фирма разполага. За да е налице идеална конкурентна среда е необходимо изпълнението на следните условия:

1. Голямо количество купувачи и продавачи. На пазара трябва да оперират толкова много относително малки участници, така че никой от тях сам и самостоятелно да не е в състояние да влияе на пазарното търсене или предлагане.

2. Продукцията е хомогенна. Продуктите на всички продавачи трябва да са напълно еднакви в очите на купувачите. Това означава, че нито един купувач не може да извлече изгода като купува от определен продавач и игнорира останалите.

3. Пълна информираност. Нито един от участниците не разполага с повече или по-малко знание за пазарните условия. Всички пазарни субекти по всяко време са напълно информирани за всичко, което се случва на пазара.

4. Свободно влизане и излизане от пазара. Всички участници на пазара са там по свое желание. Пред нито един желаещ да продава или купува не могат да се поставят каквито и да е препятствия. Важно предположение за изпълнение на това изискване е наличието на достатъчно свободни ресурси, които могат да се използват от желаещите да се включат в пазарите активности.

Изброените условия са много строги или високи. В реалността никъде по света не може да бъде намерен пазар, на който те напълно се наблюдават. Това е теоретична конструкция на хипотетичен пазар, в условията на който се изследват влиянията на конкуренцията върху предлагането на отделната фирма.

Идеята за нормална печалба

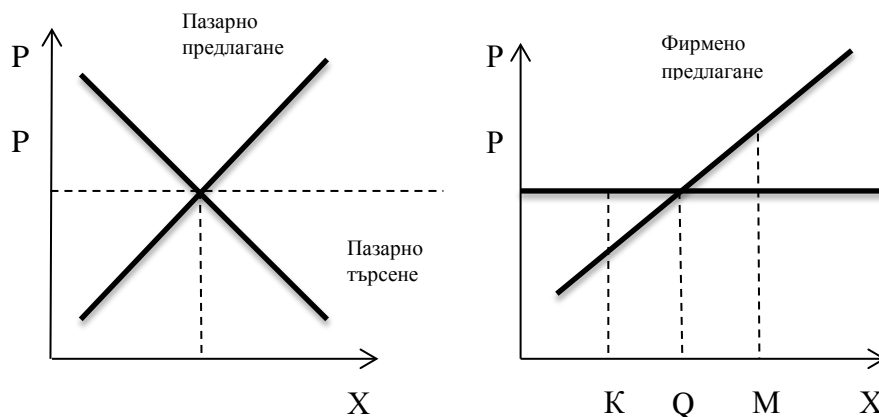
В пазарната среда отделната фирма би се занимавала с производство и предлагане само, ако може да си осигури някакво минимално равнище на печалба. Печалбата е

разлика между приходите и разходите и предприемачът няма да се занимава с бизнес, ако приходите точно покриват неговите разходи. В икономическата теория тази печалба, която осигурява на предприятието стимули за продължаване на бизнеса и предлагане на продукция на пазара, се определя като „нормална печалба“. Ако реалната печалба падне под това минимално равнище, то предприемачът ще приеме решение за прекратяване на производството и напускане на пазара. От тази гледна точка нормалната печалба представлява част от цента, която купувачът трябва да заплати за продукта на фирмата. Нормалната печалба е част от цената, по която продукцията се предлага. Важно е това да бъде разбрано.

Всяка печалба, която надвишава нормалната, се определя като свръх нормална или икономическа печалба. Наличието на свръх нормална печалба е това, което привлича нови фирми в даден отрасъл. Тази печалба е мотивът, който движи фирмите да произвеждат и предлагат продукти на пазара. Да не забравяме, че при съвършената конкуренция достъпът до пазара на нови фирми е свободен. Фирмите, които получават печалба, която е по-ниска от нормалната печалба, няма да имат желание да продължат да предлагат продукция и колкото е възможно по-бързо ще напуснат отрасъла.

Фирмата в условията на съвършено конкурентен пазар

В предходните теми беше показано, че на свободния и конкурентен пазар силите на пазарното търсене и предлагане определят равновесната пазарна цена. Всяка отделна фирма, продаваща продукцията си на такъв пазар, трябва да се съобразява с пазарната цена и да я възприема като цена на своята продукция. Тя не би могла да предложи продукта си на цена по-висока от равновесната. Купувачите имат пред себе си многобройни фирми, които предлагат еднакви продукти по равновесната цена и никой не би купил продукт от този продавач. Равновесната цена е тази, която „изчиства“ пазара от свръх търсене и свръх предлагане. Всяка фирма, която възприеме равновесната цена за своя продукт, може да продаде по нея толкова, колкото желае. Да продава по цена под равновесната пазарна цена за фирмата означава да губи, което е недопустимо от гледна точка на здравия разум.



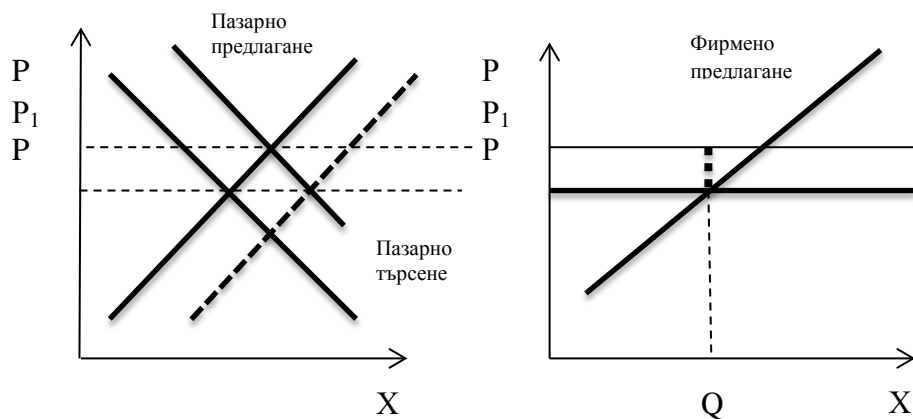
Фиг. 10.1 Предлагање от отделната фирма по пазарна цена.

На фигурата 10.1 графиката в ляво показва ситуацията на пазара. Взаимодействието на пазарното търсене и предлагане определя равновесната пазарна цена. Тя се възприема от отделната фирма, състоянието на която е представено на графиката в дясно. Когато се предлага количество Q , разходите по предлагането, които включват и нормалната печалба, се покриват точно от пазарната цена. Това е равновесната позиция за фирмата.

Първото условие за съществуване на съвършена конкуренция изисква фирмата да е толкова малка, че по никакъв начин чрез предлаганото от нея количество не може да влияе на пазарното предлагане. Това означава, че тя може да продаде толкова, колкото може и желае да продаде по текущата пазарна цена. На графиката в дясно линията на равнището на цената е кривата на търсенето за отделната фирма. Тя е хоризонтална и съответства на съвършена еластичност на търсенето, което е следствие от съвършената заместимост на продукта на фирмата с продуктите на другите пазарни участници. Кривата на предлагането на фирмата пресича кривата на търсенето на фирмата в точката на равновесие, от където следва, че при установената пазарна цена фирмата ще предложи количество Q .

При всяко равнище на предлагането, по-малко от равновесното количество, например K , фирмата получава печалба и е заинтересована да предложи допълнително количество. В тази позиция цената (приходите) е по-висока от разходите по предлагането (отразени от кривата на предлагане) и нарастването на предлаганото количество до Q ще позволи на фирмата да извлече максимална печалба от производството и предлагането си при тези условия. При всяко равнище на предлагане, по-голямо от равновесното количество, например M , пазарната цена е по-ниска от цената на предлагането (отразяваща разходите на фирмата в кривата на предлагането). При тези обстоятелства фирмата няма интерес да предложи количество, по-голямо от равновесното Q . В равновесна позиция фирмата няма стимул за каквато и да е промяна. Да припомним, че нормалната печалба е включена в цената на предлагането и така в равновесната позиция за последната предложена единица тя получава само нормална печалба. Това положение ще продължи докато пазарната цена остане на това равнище.

Ако пазарното търсене по някаква причина се увеличи, то пазарната цена ще нарасне. Фирмата ще констатира, че получава свръх нормална печалба при предлагано количество Q . Това ще генерира стимули за нарастване на предлаганото количество. На фигура 10.2 са представени резултатите от подобна промяна.



Фиг. 10.2 Поява на временна свръх нормална печалба.

Нараства търсенето и кривата на новото пазарна търсене се измества нагоре и надясно. Това води до нарастване на равновесната пазарна цена от P до P_1 . При новата цена и предлагано количество Q фирмата получава печалба свръх нормалната. Това създава интерес у фирми, намиращи се извън пазара, да навлязат и да реализират също печалба. Нараства предлагането и това се изразява чрез движение на кривата на предлагане надолу и надясно. Пазарната цена започва да пада и с нея да намалява размера на свръх нормалната печалба. Фирмите ще загубят интерес да навлизат на пазара, когато тази печалба изчезне. Това става, когато цената се върне на предишното си равнище и кривата на пазарното предлагане престава да се измества. Пазарът отново се връща в стабилно състояние.

Ако търсенето се намали, ще се наблюдава противоположен ефект. Пазарната цена ще се понижи и фирмите ще регистрират печалби под нормалната. Това ще генерира загуби и част от предлагащите фирми ще приемат решение да прекратят бизнеса и да напуснат пазара. Пазарното предлагане ще се съкрати и кривата на предлагането ще се движи нагоре и наляво като предизвиква нарастване на пазарната цена и съкращаване на размера на загубите. Излизането на фирми и движението на кривата на предлагането ще се прекрати тогава, когато цената осигурява точно нормална печалба. Така пазарът отново ще се окаже в стабилно състояние.

В условията на съвършена конкуренция пазарът се стабилизира, когато всички фирми са в равновесие и получават точно нормална печалба. Цената е на възможно най-ниско равнище, което позволява предлагането да продължава. При съвършената конкуренция пазарното предлагане се колебае нагоре и надолу, за да се осигури равновесна позиция.

Теорията на фирмата показва два от начините, посредством които печалбата играе своята важна роля в пазарната икономика. От една страна стремежът да се получава печалба е движещият мотив за работата на тази икономическа система. Това е основният интерес на бизнесмените да вложат ресурсите си в производство и предлагане на някакви продукти. От друга страна печалбите над и под нормалното равнище са основен информационен сигнал в тази пазарна система. Това е своеобразен лост, който движи фирмите към и от даден пазар. Печалбите и съответно загубите са важна част от пазарната икономика.

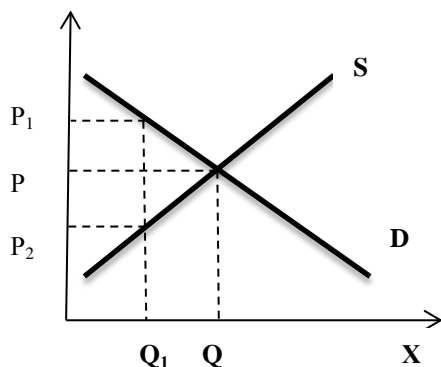
Чист монопол

Напълно противоположна пазарна структура е монополът. Този тип пазар се използва, за да покаже какво е поведението на фирмата, когато конкуренцията напълно отсъства. На пазара, определян като чист монопол, има само един продавач или предлагането се осъществява само от една фирма.

В реалния живот чистият монопол се среща много рядко. В националното стопанство на нашата страна пример за такъв пазар е предлагането на железопътни превози от единствената фирма БДЖ. На локално равнище при предлагането на услуги, свързани с водоснабдяване и канализация, също се наблюдава наличието на едно предприятие. На практика за повечето стоки и услуги съществуват алтернативи, въпреки

че не винаги те са достатъчно добри. Чистият монопол като пазарна форма е по-скоро абстракция, която помага да се разбере каква се случва с поведението на фирмата, която е единствен продавач на даден пазар.

Нека си представим пазар, на който фирмата монополист е изправена пред търсенето на потребителите, представено чрез съответната намаляваща крива на търсене. Като единствен производител и продавач монополистът трябва да осъществи предлагането, което може да бъде представено от нарастваща крива на предлагане. На фигура 10.3 е показано, че фирмата може да предложи количество Q по цена P .



Фиг. 10.2 Определяне на цената от фирма монополист.

Ако фирмата монополист определи такава цена, тя би получила само нормална печалба, която е част от цената на предлагането на продукта. Стремещът да се получи максимална печалба изисква използването на друга стратегия за определяне на цената. Като единствен производител и продавач фирмата може да съкрати предлаганото количество до Q_1 и да определи за него според търсенето цена P_1 . Цената за предлагането на това количество за монополиста както показва кривата на предлагането е по-ниска P_2 . Така монополистът получава свръх нормална печалба. Тази печалба, която се получава в резултат на монополното положение на фирмата се определя като монополна печалба. Фирмата в тези условия няма притеснения от навлизане на конкуренти, което би увеличило предлагането, понижило обратна цената и ликвидирало свръх нормалната печалба. В това се изразява голямото предимство да бъдеш монополист. За да се предотврати подобна експлоатация на потребителите, правителствата предприемат регулативни мерки за ограничаване на пазарното влияние на фирмите монополисти, което беше кратко обсъдено в предходните теми.

Сравнение между конкуренцията и монопола

От разгледаното по-горе следва, че този, който има монополна позиция е добре да поддържа дефицит на продукта си и чрез по-високите цени да получава монополна печалба. От друга страна, ако пазарът е свършено конкурентен и на него участват много фирми, подобна стратегия не работи и по-скоро генерира загуби за отделния производител. Монополната позиция създава предпоставки за относително спокоен живот на фирмата, докато условията на свършена конкуренция предпоставят непрекъсната и

сериозна работа за запазване на мястото на пазара и оцеляване сред многобройните конкуренти.

От факта, че позицията на монополиста на пазара е силна автоматично не следва, че това винаги е във вреда на интересите на потребителите. В едни случаи това е така, но в други не е.

Конкуренция

Конкурентната среда създава предпоставки за намаляване на цените и възможността те да достигнат възможно минималното равнище, което предлагащите желаят да приемат или до получаването на нормална печалба. Ако възникне свръх нормална печалба, това ще привлече на пазара нови конкуренти, предлагането ще се увеличи и цените ще спаднат до равнище, при което свръх нормалната печалба изчезва.

При наличието на съвършена конкуренция потребителите имат на разположение много на брой продавачи, от които могат да избират да купуват. Това позволява да има добро обслужване на купувачите и недобросъвестните продавачи са принудени да излязат от бизнеса. Оцеляват само ефективно работещите фирми. В това е една от големите ползи от съвършената конкуренция.

Но това може да предизвика и проблеми. Съвършената конкуренция притиска фирмите да минимизират разходите си. По този начин могат да се създадат предпоставки за намаляване на качеството, на сигурността и да се нарушават стандартите за производство на продукцията. На трудовите пазари съвършената конкуренция може да създаде лоша работна среда и натиск за намаляване на трудовото възнаграждение на работещите. При тези условия е налице голямо количество малки предприемачи, които се състезават за един и същи пазар. Поради малките си размери производителите не могат да извличат изгоди и предимства от икономии от големия мащаб на производство. Така по-високите производствени разходи правят цените по-високи, отколкото те биха могли да бъдат. За да се увеличат продажбите си, някои от съревноваващите се фирми могат да предприемат маркетингови и рекламни дейности. Това ще накара и останалите участници да последват тази стратегия. По този начин ще се увеличат разходите на фирмите и като следствие ще нараснат цените на предлагането. В определени случаи увеличението на разходите за сметка на т.нар разходи за обръщение е толкова голямо, че понякога достига почти петдесет процента от общите разходи.

Монопол

Изгодите от монопола в рамките на даден пазар се изразяват реално в това, че се съкращава количеството на излишно дублиращите се многобройни фирми, които предлагат едни и същи продукти. Уедряването на фирмите и намаляване на тяхното количество създава предпоставки за реализиране на икономии от мащаба на производството. Да си припомним, че това означава намаляване на разходите за производството на единица продукция. Така даже и да реализира свръх печалба монополистът продава продукцията си по-ниска цена, отколкото би била цената при съвършената конкуренция. Получаваната свръх печалба може да бъде насочена към проучвания и развитие на иновации в областта на технологиите и продуктите. Това в крайна сметка създава изгоди за потребителите чрез предлагане на по-добри продукти и по-икономични производствени методи. Сигурността, която имат фирмите монополисти създава у тях стимули за реализирането на нови големи инвестиционни проекти. От

казаното следва, че икономиката като цяло и потребителите в частност имат интерес от това пазарно състояние. Монополното положение дава още една възможност на фирмите – да отчита специалните потребности на част от купувачите си. Съобразявайки се с желанието на определена група например за място и време на покупката могат да ги обслужват приоритетно на по-високи цени.

Наред с това монополът може да прояви и отрицателните си страни. Предприятията монополисти могат да бъдат нечувствителни към променящите се потребности на купувачите и да предлагат едни и същи продукти, само защото нямат заместители. Да не са заинтересовани да реализират икономии и да работят ефективно, особено когато експлоатират обществени ресурси.

Оценка от позицията на обществото

Съвършената конкуренция или монополът е по-доброто решение за хората? Въпросът е поставен некоректно. Всеки конкретен пазар трябва да бъде проучен и оценен от гледна точка на интересите на общностите, които обслужва. Монополът може да има предимства пред съвършената конкуренция в сферата на т.нар. естествени монополи. Защиатавайки интересите на обществото, съвременната държава окуражава и даже създава предприятия монополисти. Производството и предлагането на някои услуги, от които се ползва цялото население, например водоснабдяването и канализацията, доставката на електричество и газ, е икономически изгодно да се извършва от един голям производител. Собственик на такива предприятия може да бъде и самата държава както е в случая с БДЖ.

От друга страна съвършената конкуренция може да създава големи изгоди за потребителите и по тази причина малкият и средният бизнес се ползват с голямо внимание и стимулиране от страна на държавата. Съвременните правителства разработват програми за насърчаване на дребния бизнес и за регулиране на монополите. При това се държи сметка за предимствата и недостатъците на всеки от пазарите. Освен държавата за конкурентната среда се грижат и редица неправителствени организации, които защитават интересите на потребителите.

Поглед назад

Обобщение

За да е налице съвършена конкуренция е необходимо на пазара да са налице: много купувачи и продавачи, еднакъв в очите на потребителите продукт, пълно знание за пазарните условия и свобода за влизане и излизане. Свръх нормалната печалба и печалбата под равнището на нормалната създават предпоставки предлагането да се променя, така че отново да се достигне само до нормалното равнище на печалба. Монополистът като единствен продавач е в състояние да съкрати предлагането и да създаде монополна печалба.

Основни понятия

Съвършена конкуренция
Нормална печалба

Печалба под нормалната
Монопл

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Посочете четирите основни изисквания за съществуване на съвършена конкуренция.
2. Какво означава нормалната печалба и защо тя е част от разходите, които се отчитат от страна на предлагането?
3. Какво представлява монополът? Задължително ли монополистът трябва да е представен от голямо предприятие?

Есе

1. Обсъдете твърдението, че съвършената конкуренция винаги служи на обществените интереси по-добре от монопола.
2. Защо монополистът може да получава свръх нормална печалба в дълъг период, а при съвършената конкуренция това е възможно само в кратък период?

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 100-163.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 182-236.
3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 160-226.
4. Mankiw, Gregory. (2008). Principles of Microeconomics, 5th edition, South-Western CENGAGE Learning, pp. 289-345.
5. McConnel, Campbell, Stanley Brue, Sean Flynn. (2011). Principles of Microeconomics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 163-216.
6. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 197-235.

Тема единадесета: Несъвършена конкуренция

Въведение

В реалното стопанство не се наблюдава в чист вид нито съвършената конкуренция, нито монопола. Фирмите оперират в пазарно пространство, което се намира между тези две крайни пазарни структури и се определя като несъвършена конкуренция. Идеята за несъвършена конкуренция изразява факта, че на реалните пазари има някаква конкуренция между фирмите, но не в тази степен, която е характерна за съвършената конкуренция. В теорията се различават две проявления на несъвършената конкуренция – олигопол и монополистична конкуренция.

Олигопол

В гръцкия език думата олигос означава няколко. Пазарът се определя като олигопол, ако на него има само няколко фирми, които предлагат продукцията. В реалното стопанство в голяма част от отраслите, определяни като тежка индустрия работят по няколко големи производители. Няколко са предприятията за производство на цимент, на селскостопански машини, за преработка на нефт и др. В сферата на услугите на национално равнище няколко са операторите за мобилни комуникации, няколко са издателите на всекидневници и т.н. Голяма част от фирмите, които се занимават с търговия на дребно, могат да бъдат определени като олигополисти. Във всички големи градове в страната хората купуват продуктите си от тях. Използва се изрече „верига от магазини“. По улиците на градовете виждате едни и същи супермаркети, банки, бензиностанции и т.н. Олигополът е широко разпространена пазарна форма и е важно да се знаят закономерностите на нейното функциониране.

В рамките на този пазар продукцията си предлагат само няколко големи продавача, така че всеки един осигурява достатъчно голяма част от пазарното предлагане. Решенията на всеки един от продавачите са в състояние да повлияят върху работата на всички останали. Ако някой инициира промяна, то всички останали са принудени да отговорят с определени действия. Оказва се, че никой няма интерес да предприема резки промени. Например, ако една фирма реши да намали цената, за да получи по-голям дял от пазара, то всички останали биха последвали това ценово поведение. Има опасност това да предизвика ценова война. Здравият разум кара фирмите да бъдат много предпазливи и да избягват провеждането на явно враждебни ценови политики.

Когато фирмите участници на пазара са малко, то е относително лесно за всяка една да бъде добре информирана за поведението на всички останали. Отделната фирма знае, че ако намали цената на продукта, всички останали ще направят същото, за да не загубят клиентите си. Така подобно ценово поведение ще намали приходите значително, защото намаляването на цената ще бъде съпроводено с незначително увеличаване на продажбите, тъй като останалите фирми бързо са последвали примера на тази фирма и също са намалили цените.

В случай, че отделната фирма реши да повиши цената на продукцията си, то няма логика да очаква, че останалите участници на пазара ще последват нейната ценова

политика. Конкурентите ще бъдат доволни, защото фирмата ще загуби клиенти, които вероятно ще се прехвърлят към тях. Приходите на фирмата няма да нараснат, защото покачването на цената ще бъде съпроводено от значително съкращаване на продажбите и оттегляне на купувачите към конкурентните фирми. В крайна сметка се оказва, че веднъж установена цената в рамките на олигополния пазар има тенденция да бъде устойчива или да не се променя относително дълго време. Стимул за промяна би имало, ако в резултат на технологични промени се изменят разходите, които се правят за производството на продукцията.

Поради факта, че ценовата конкуренция между фирмите олигополисти е опасна и нежелателна, съперничеството между тях приема формата на „неценова конкуренция“. Фирмите се конкурират помежду си за завоюване на купувачи чрез качеството, дизайна, сервизното обслужване, маркетингови дейности, опаковката, рекламата, промоционални програми и т.н. Фирмите използват разнообразни продажбени практики за привличане на купувачи с изключение на промяна на цената. Така в рамките на олигополния пазар ставаме свидетели на агресивно поведение на подавачите при организиране на продажбите, но стабилност на продажната цена. Изгодата за потребителите от съперничеството между фирмите е свързана с повишаване на качеството на продуктите, сервизното обслужване, но не и с намаляването на цените.

Когато обсъждаме олигополните пазари трябва да отбележим, че все пак може да се наблюдава и снижаване на пазарните цени на продуктите. Да не забравяме, че фирмите олигополисти са няколко на брой и са относително големи. Това позволява да бъдат реализирани икономии от мащаба на производството, които водят до намаляване на разходите за единица продукция. Въпреки нежеланието за снижаване на цените, фирмите все пак са склонни да прехвърлят част от изгодите от намаляването на разходите към потребителите чрез по-ниските цени, защото това се компенсира от увеличаване на продажбите.

Монополистична конкуренция

Друга широко разпространена пазарна структура е монополистичната конкуренция. Терминът съдържа в себе си противоречие, обединявайки двете крайности монопол и конкуренция. Възможно ли е в едно и също време да наблюдаваме и едното, и другото? Монополистичната конкуренция е пазар, на който има много на брой неголеми фирми, но всеки продавач предлага продукция, която в очите на купувачите изглежда различна. Фирмите са монополисти от гледна точка на това, че предлагат свой „уникален“ продукт. Но отделните фирми са в сериозно съперничество помежду си, конкурирайки се с малките обеми продукция, които предлагат.

Типичен пример за такъв пазар е предлагането на храни от ресторантите в даден град. Всеки ресторант има претенциите да продава „уникални“ приготвени храни, но като цяло те се предлагат с известно различие в номенклатурата „супи“, „печено“, „готвено“, „салати“, „десерти“, „напитки“ и т.н. Например предлаганите супи в многобройните ресторанти са близки заместители помежду си. Тази ситуация поставя фирмите в сериозно съперничество за привличане на клиенти.

В много отношения монополистичната конкуренция е близка до конкуренцията в рамките на олигопола. Основното различие е, че на монополистично конкурентния пазар има много, а не няколко производители, което обуславя голямото разнообразие на

продаваните продукти. След като фирмите се стремят да завоюват определен дял от пазара, то между тях се разгаря съперничество. Но като и при олигопола, тази конкуренция се проявява преди всичко като неценова конкуренция. При тези условия фирмите се намират под натиск да определят цените на равнище, което ги характеризира като справедливи и да държат на качеството и сервизното обслужване.

Ако условията на монополистично конкурентния пазар позволят на действащите фирми да реализират печалба над нормалната (може би от икономии от мащаба), то поради малкия размер на производителите нови конкуренти биха могли да проникнат в отрасъла и печалбата да изчезне както това става при съвършената конкуренция. За това фирмите насочват усилията си върху продуктовете иновации и създаване на „уникални“ характеристики на произвежданите продукти, което ги предпазва от навлизането на нови конкуренти.

Последици от несъвършената конкуренция

В реалната икономика най-разпространената пазарна форма е несъвършената конкуренция. На базата на модела на олигопола и монополистичната конкуренция могат да бъдат добре разбрани действията на съвременните производители-продавачи.

При анализа на действащите пазари е важно да се оцени тяхната работа от гледна точка на удовлетворяването на интересите на потребителите и на ефективното използване на ресурсите. Фактът, че несъвършено конкурентните пазари са се наложили и са широко представени в реалното стопанство свидетелства, че притежават характеристики, взаимно приемливи за участниците на пазарите. В рамките на олигопола и монополистичната конкуренция се наблюдава определена степен на конкуренция, която създава условия за намаляване на цените и за изтласкване от пазара на неефективно работещите фирми. От друга страна, ограниченият брой на предлагащите фирми създава предпоставки част от тях да бъдат достатъчно големи, за да реализират икономии от мащаба на производството. Производителите имат възможност да получават достатъчни по размер печалби, за да инвестират в проучване и развитие на нови технологии и продукти. В стремежа си да запазят и разширят пазарния си дял фирмите се конкурират с различни средства, които са насочени към спечелване вниманието и доверието на потребителите. Всичко това свидетелства, че в крайна сметка потребителите извличат изгода от подобно фирмено поведение.

Не трябва да се забравят и отрицателните проявления на несъвършената конкуренция. Фирмите са предразположени към извършване на прекомерни разходи за маркетингови дейности и рекламни програми. За съжаление се наблюдават случаи на манипулиране и заблуда на потребителите за характеристиките на произвежданите продукти. Понякога се оказва, че различието на продуктите, произведени от конкурентните фирми, е по-скоро въображаемо, отколкото реално.

Поглед назад

Обобщение

Олигополът и монополистичната конкуренция са форми на несъвършената конкуренция. В рамките на олигопола действат само няколко фирми, които предлагат сходна продукция. На монополистично конкурентния пазар предлагащите фирми са много

на брой като отделната фирма се старее да направи продукта си различен в очите на купувачите. При несъвършената конкуренция широко се използва неценовата конкуренция, което се оценява като извършване на дейности (повишаване на качеството, сервизно обслужване и т.н.) в интерес на потребителите.

Основни понятия

Олигопол
Монополистична конкуренция
Стратегическо поведение

Диференциация на продукта
Ценова конкуренция
Неценова конкуренция

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. В какво се изразява основната разлика между олигопола и монопола?
2. Дайте три примера за фирми, работещи на олигополен пазар, и три за фирми, работещи на монополистично конкурентен пазар.
3. Какво представлява неценовата конкуренция? Дайте няколко примера от реалната икономика за неценова конкуренция.

Есе

1. Защо, когато на пазара предлагат продукцията си само няколко фирми, се оказва, че маркетинговите дейности и рекламата играят по-голяма роля, отколкото ценовата конкуренция?
2. Защо се твърди, че несъвършената конкуренция е по-желана пазарна форма, отколкото съвършената конкуренция и монопола?

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 100-164.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 237-262.
3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 226-262.
4. McConnel, Campbell, Stanley Brue, Sean Flynn. (2011). Principles of Microeconomics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 216-246.
5. Case, Karl E., Ray C. Fair, Sharon C Oster. (2008). Principles of Microeconomics, Pearson, pp. 283-317.
6. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 235-263.
7. Taylor, John. (2009). Principles of Microeconomics, Houghton Mifflin Company, pp. 298-320.
8. Sloman, John. (2003). Economics, Sixth edition, Pearson, pp. 177-204.
9. Colander, David (2003). Economics, McGraw-Hill, pp. 285-308.
10. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 187-207.

Тема дванадесета: Фирмени цели, различни от максималната печалба

Въведение

В теорията на фирмата първоначално се възприема предположението, че фирмената дейност е подчинена на целта за получаване на максимална печалба. Приема се, че предприемачът, който организира производството и предлагането на продукция на пазара разполага с пълна информация и способности при дадените условия да направи най-доброто: да постигне максимална разлика между приходите и разходите или максимална печалба. Това на практика е даже трудно постижимо и за съвременните компютри, защото в реалността имаме както недостиг на информация, така и неопределеност и бърза промяна на условията за бизнес. Това налага развитие на теорията и приближаването и да реалността. Теорията на фирмата в съвременните условия търпи развитие и се предлагат различни модели, които предпоставят пред фирмите различни от максимизацията на печалбата цели.

Получаване на печалба и максимизиране на печалбата

В пазарната икономика всяка фирма се стреми да получи печалба. Това е наблюдаван в реалността и потвърден от практиката факт. Към това твърдение могат да бъдат направени няколко бележки. Без съмнение получаването на печалба не е тъждествено на получаване на максимална печалба. Едното е следствие от добро правене на бизнес, другото е свързано с най-добро или оптимално действие.

Наред с това не трябва да се забравя, че бизнесът се прави от хора, които имат различни способности, различни социални умения и мотивите за техните действия не са само икономически. Понякога превес вземат лични интереси за спокоен живот, избягване на риска и даже не изпълняване на служебните задължения. Предприемачите разполагат с ограничено време и изчислителни способности, които биха им позволили да разработят безброй много варианти за действие и да изберат от тях оптималния.

Поради тези макар и само маркирани причини предположението, че фирмите се стремят към максимизиране на печалбата е не съвсем реалистично. На практика максимизирането на печалбата е непостижимо за отделната фирма.

Печалбата за собственика и за мениджъра

В реалната икономика фирмите преследват множество цели, част от които имат противоречия помежду си. Един от мотивите за съществуването на малки фирми е желанието за независимост на собствениците им. Предприемачите при тези условия имат пълен контрол върху дейността на своето предприятие. Те еднолично управляват бизнеса, приемат всички решения и получават печалбата. В много случаи собствениците на малките фирми целят да поддържат дружески отношения с работещите (не малка част имат семеен характер), да са близо до потребителите и удовлетворяване на техните

потребности. Постигането на висока или максимална печалба не е от основните приоритети на малкото предприятие.

С нарастване на размера на предприятието се налага управлението да се поеме от специално подготвени мениджъри, които имат собствени интереси. Наетите от собствениците управляващи искат максимално дълго да се задържат на своите постове и предпочитат да спечелят доверие чрез осигуряване на водеща роля и голям пазарен дял на фирмата. За разлика от собствениците (акционерите на корпорациите), които се интересуват директно от печалбата или получавания дивидент, управляващите имат стремеж да увеличат получаваните възнаграждения и „привилегии“, които генерират по-високи разходи. Наред с това големите корпоративни предприятия се разделят на относително самостоятелни подразделения, които често имат противоречиви интереси. Отделното подразделение се стреми към облагодетелстване чрез контрол на повече ресурси и това води до ненужна вътрешна конкуренция.

Посочените кратки доводи показват, че предположението, че фирмата се стреми към максимизиране на печалбата, е не съвсем реалистично. От една страна за отделната фирма максимизацията като процес е непостижима, заради липсата на пълна информация и определеност на средата. От друга страна предприемачите не са съвършено рационални и имат разнообразни интереси, което обуславя поставянето на цел да се получава някаква печалба. За разглеждане на предприемаческата дейност от гледна точка на основните принципи, на които се базира, е полезно анализът да включва предположението за максимизиране на печалбата. Но за изучаване на дейността на реалните фирми е необходимо засилване на реалистичността на предположенията. По-долу ще разгледаме две от позициите за целите, които преследват съвременните фирми в своята бизнес дейност. Едната е свързана с действия за определяне на цената „разходи + надбавка“, а другата с т.нар. „удовлетворяващо поведение“.

Цена „разходи +надбавка“

Политиката за определяне на цена на произвежданата от фирмата продукция е пряко насочена към получаване на печалба. Обсъдихме по-горе невъзможността на фирмата да определи количество продукт, което да предложи на пазара, и цена, по която да го реализира, така че да получи максимална печалба. Фирмата трябва перфектно да познава условията на пазара и прецизно да е в състояние да измери разходите и очакваните приходи от продажбите.

Максимизирането като процедура изисква много разходи и време. Приближаването към оптималното решение предполага непрекъснати промени, което не се отразява добре на взаимоотношенията с купувачите и със заетия с продажбите персонал. Едновременно с това не са изключени и грешки. Всичко това създава предпоставки за избор на стратегия, която осигурява някаква „разумна“ печалба за фирмата, вместо трудно постижимото максимизиране на печалбата. В практиката се утвърждава ценообразуването, което определя цената на основата на разходите и добавянето на надбавка. За тази цел преди всичко е необходимо внимателно измерване на разходите, които се правят за производството на единица продукция. На следващо място е определянето на „разумна“ и „справедлива“ надбавка, която осигурява печалба. Сумирането на тези два елемента дава цената, по която фирмата ще продава продукта си на пазара. Именно за това този метод се нарича „разходи плюс надбавка“.

След като фирмата определя по този начин цената на своя продукт, която счита за „правилна“, тя продава на купувачите всичко, което може да бъде продадено по тази цена. Ако конкуренцията на пазара е твърде голяма или продажбите не са големи поради нежеланието на потребителите да купуват, може да бъде прието решение цената малко да се намали. Ако от друга страна се прецени, че цената е твърде ниска, може да се предприеме нейното покачване. Като правило логиката на ценообразуването на фирмите по този метод се базира на определяне на цена, която се счита за „правилна“, а на пазара се оставя отговора колко продукция може да бъде продадена. Фирмата има свободата да предприема промени в една или друга посока и разбира се да прави промяна, когато се изменят пазарните условия. Собствениците и управляващите са удовлетворени, ако в дълъг период определената цена осигурява получаването на приемлива печалба. В случай, че има проблеми с равнището на печалбите се налага кардинално преразглеждане на ситуацията и отново оценяване на разходите и размера на „справедливата“ надбавка.

Удовлетворяваща печалба

При ценообразуването по метода „разходи плюс надбавка“ фирмата все пак си поставя за цел да получава печалба, макар и не максималната. В практиката често се наблюдават случаи, при които целта на фирмата непосредствено не е печалбата, а по скоро следване на поведение, определяно като „удовлетворяващо“ или задоволително участниците в дейността на фирмата. Печалбата се преценява по-скоро като средство, отколкото като цел. Тя позволява на фирмата да оцелява, да се развива и да постига други цели.

Съществуват фирми, собствениците и управляващите на които, си поставят цел за дългосрочно оцеляване чрез растеж. В интерес на всички участници в дейността на фирмата е да бъде възможно най-голямата. Това е особено престижно за управляващите. Като цели на фирмата могат да бъдат посочени опазването на околната среда, грижа за местните общности, социално отговорно поведение. Към множеството цели се прибавя и доброто обслужване на клиентите чрез качествен сервиз или завоюването на позицията най-добра фирма в отрасъла. Безусловно, че постигането на подобни цели предполага получаването на достатъчна печалба. В противен случай фирмата може да се провали в конкуренцията и да фалира или да бъде погълната от успешните си конкуренти.

Всичко изброено по-горе фирмата се старее да прави „удовлетворяващо“. Преди всичко да реализира „удовлетворяващо“ равнище на печалба, което да позволи да бъдат извършени всички останали дейности, които се поставят като цели. Да бъдат „удовлетворяващи“ заплатите на управляващите и работниците, да бъдат „удовлетворяващи“ цените за доставчиците и купувачите и т.н.

Както и в случая с ценообразуването на равнище „разходи плюс надбавка“, ако нещата се развиват неблагоприятно и собствениците и управляващите реализират загуби, е необходимо детайлно преразглеждане на ситуацията и разработване на мерки за подобряване на фирмените дейности. Когато проблемите се разрешат, фирмата пак навлиза в своя режим на „удовлетворяващо“ поведение.

Поглед назад

Обобщение

Вместо действия за максимизиране на печалбата си, фирмите в реалната икономика използват ценообразуване „разходи плюс надбавка“, за да получат адекватна печалба. Други фирми действат, за да получат „удовлетворяваща“ печалба и така да реализират други свои цели. Тези модели на фирменото поведение са по-реалистични и създават адекватна представа за фирмите в практиката.

Основни понятия

Максимизиране на печалбата
Цел на собственика
Цел на мениджъра

Мениджърска ползност
Цена „разходи+надбавка“
Удовлетворяваща печалба

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Защо целта за максимизиране на печалбата на фирмата се преценява като нереалистична?
2. Опишете какво представлява ценообразуването „разходи плюс надбавка“.
3. Какво представлява поведението на фирмата, което се определя като „удовлетворяващо“?

Есе

1. Какви други цели, наред с максимизирането на печалбата, би могла да има фирмата?
2. Защо, след като в реалността фирмите не целят максимизиране на печалбата, в икономическата теория тази цел се приема при анализа на поведението на фирмата ?

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбирате икономиката. Нов български университет, стр. 137-163.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 182-262.
3. Ракарова С., Еленкова А. (2012). Индустриална икономика, Нов български университет, стр. 343-402.
4. Sloman, John. (2003). Economics, Sixth edition, Pearson, pp. 177-227.
5. Colander, David (2003). Economics, McGraw-Hill, pp. 309-326.

Тема тринадесета: Разпределение на дохода

Въведение

До момента вниманието беше насочено към пазарите на стоки и услуги или продукти. В следващите теми ще използваме същия подход, за да разгледаме работата на пазарите на ресурси или фактори на производството. Цените на ресурсите от гледна точка на собствениците им (например на работната сила) се разглеждат като доходи. За това в тази тема ще започнем с разбирането за доход и ще обсъдим една от теориите за неговото разпределение. Тя предлага обяснение на това как става определянето на факторните цени.

Икономически ресурси

В теорията и практиката се използват термините „ресурси“ и „фактори на производството“. Ресурсите са блага, които се използват за създаването на нови блага, което ги превръща в решаващ фактор за производство на стоките и услугите за крайно потребление. Многобройните и разнообразни ресурси най-често се систематизират в четири основни групи, които ще разгледаме.

Земя. Чрез това понятие се обединяват т.нар. природни ресурси. Това са благата, които хората наготово получават от природата: горите, водите, земята, растенията, животните, полезните изкопаеми и т.н. При тяхното описание трябва да се отчитат и качествените им характеристики като например плодородието на земята, съдържанието на метал в рудите и др.

Труд (работна сила). Това са човешките ресурси, които се използват в производството. Този термин включва всички разновидности на човешко участие в производствения процес: физически усилия, умения, знания, опит, интелигентност, мъдрост и всяка комбинация между тях.

Капитал. В рамките на тази теоретична конструкция този термин се отнася до всички изработени от хората ресурси за производството на нови блага: машини, инструменти, съоръжения и др. Рубриката „капитал“ не включва т. нар. финансов капитал, който е представен от пари, които се изразходват за закупуването на ресурси или за други операции. Парите са „средство“, а не реален производителен ресурс. Случаите на използването им за осигуряване на производствени фактори се определят като „инвестиране“.

Предприемачество. Чрез този термин се обозначават организационните аспекти на производството. Посочените по-горе ресурси трябва да се набавят и организират за реално производство, като важен момент е и поемането на риска за успеха или провала на всеки предприемачески проект. Предприемачеството е свързано с трудовия фактор, но за по-

ясното обяснение на производствения процес е полезно неговото отделяне в самостоятелна група.

Разпределяне на прихода на фирмата

След като продаде произведената продукция фирмата получава приход. Той подлежи на разпределение между хората, които са собственици на ресурсите, участвали в създаването на готовата продукция. Това превръща разпределения приход в доходи на субектите, притежаващи разнообразните ресурси.

Разпределените части на прихода получават специфични названия, чрез които се цели обозначаване на начина им на получаване. Доходът на собствениците на земя и други природни ресурси се нарича рента. Работниците получават доход под формата на трудови възнаграждения. Собствениците на капиталови ресурси получават доход под формата на лихва, а предприемаческият фактор получава доход под формата на печалба.

Различни форми на доход

Посочените по-горе понятия – рента, трудово възнаграждение, лихва и печалба – играят ролята на технически термини за различните видове доход и трябва да бъдат запомнени. Рента е всяко заплащане, което получават предлагащите природни ресурси. Не трябва да бъркате това понятие с използваното в практиката понятие „рента“ като заплащане за наемането на жилище, сграда или кола под наем.

Доходът, получаван от трудовите ресурси се определя като трудово възнаграждение. Това понятие обобщава възнаграждението за свършена работа на парче или на час (надница), а също така заплати, хонорари, стипендии и всички форми на заплащане за вложените усилия на хората в производството както и да се наричат.

Лихвата е плащане, свързано с капитала. Тълкува се като възнаграждение, което собствениците на предприятието, машините, съоръженията, инструментите и другото производително оборудване получават. То е продукт на направените инвестиции в капитал.

Предприемачите за поетия риск и организационни усилия получават печалба. В предходните теми говорихме за печалбата и определихме нормалната печалба като част от цената, по която се предлага продукцията. Изяснихме важната роля на печалбата под и над нормалната за насочването на ограничените ресурси в икономиката.

Доходите са преди всичко цени, които фирмата заплаща за използваните от нея ресурси. Да си припомним, че в пазарната икономика цените се определят в резултат на взаимодействието на силите на търсенето и предлагането. За това по-нататък в темата вниманието ще насочим към основните принципи, върху които се базира търсенето и предлагането на факторите на производството. Изведените общи идеи ще бъдат конкретизирани в следващите две теми.

Търсене на ресурси

Вече знаете, че търсенето на стоки и услуги за крайно потребление се осъществява от потребителите за непосредствено удовлетворяване на потребностите им. Този характер на търсенето дава основание то да се определи като директно. Търсенето на фактори на

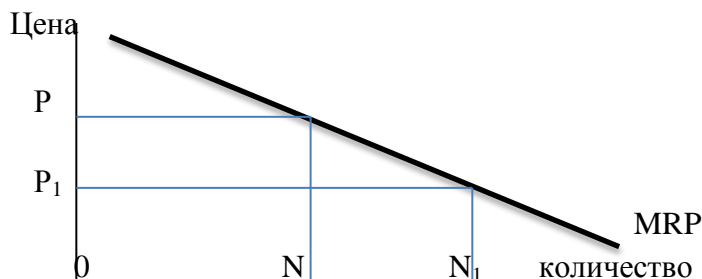
производството е индиректно или опосредствано. Фирмите търсят ресурсите не защото имат пряк или непосредствен интерес към тях, а защото с тяхна помощ се произвежда продукцията, която те имат непосредствен интерес да продадат и реализират печалби.

Този характер на търсенето на ресурси дава основание то да се определи като опосредствано или обусловено от търсенето на готовата продукция на фирмата. Търсенето на ресурси е следствие от търсенето на продукта на фирмата. Ако потребителското търсене на готова продукция е голямо, то и търсенето на ресурси ще е значително. В случай че търсенето на продукцията намалява, то ще спадне и търсенето на необходимите за нейното производство фактори.

Възвращаемост от ресурсите под формата на приходи

Когато фирмата разглежда въпроса дали да наеме даден ресурс, тя приема решение на базата на оценка и съпоставяне на разходите и изгодите, които би имала. Разходите за ресурса обикновено се оценяват и измерват чрез заплатената за него цена, но може и да има някои инцидентни разходи. Изгодата се измерва чрез генерирувания „приход от продукта“, произведен с привлечения ресурс. Да не забравяме, че работим с маржинални величини. Това означава, че ако няма производство, то приходите са нулеви. Щом наемем ресурс има промяна както в продукта, така и в получаваните приходи. Следователно изгодата от наемането на ресурса се измерва чрез генерирувания допълнителен приход от продажбата на допълнително произведения продукт (пределен приход от пределния продукт MRP).

Първоначално наемането на допълнителни ресурси води до нарастване на производствената ефективност на фирмата. Това създава стимули за увеличаване на количеството на наеманите ресурси. Но както е известно в рамките на краткосрочния период в производството започва да се проявява намаляваща пределна производителност на променливия фактор, а в дълъг период се наблюдават загуби от мащаба на производството. Тези проблеми с намаляващата възвръщаемост на ресурсите могат да бъдат задълбочени от необходимостта от намаляване на продажната цена на продукта, за да се реализират по-големите произведени количества. Като следствие възниква намаляване на пределния (допълнителния) приход от пределния (допълнителния) продукт MRP, произведен с допълнително наетите ресурси. За фирмата става все по-неизгодно да прави разходи за наемането на допълнителни ресурси (фиг. 13.1).



Фиг. 13.1 Намаляващ пределен приход от пределния продукт на ресурса

Когато пазарната цена на ресурса падне от P до P_1 , търсеното количество на ресурса нараства от N до N_1 . Намаляването на цената увеличава търсеното количество. Кривата MRP представлява крива на търсенето на съответния ресурс.

На фигура 13.1 кривата на пределния приход от пределния продукт на фактора MRP изразява графично търсенето от страна на фирмата на този фактор. При равнище на цената P равновесното количество от фактора е N . Ако фирмата наеме количество по-голямо от равновесното, разходите за фактора ще бъдат по-големи от очакваните изгоди, оценени чрез допълнително получения приход. В случай че се наема по-малко количество от равновесното, допълнителният приход ще превишава допълнително направените разходи за ресурса. Фирмата не използва всички възможности за получаване на печалба. Само равновесното количество осигурява получаването на максимална печалба. Ако пазарната цена на търсения ресурс се понижи, фигурата ни показва нарастване на количеството ресурс, което фирмата ще наеме, за да максимизира печалбата си. Постига се ново равновесие. Търсенето на ресурси, представено чрез съответната намаляваща крива, изразява познатата ни вече закономерност, характерна и за търсенето на продукти: когато цената пада, увеличава се търсеното количество и обратното.

Предлагане на ресурси

Предлагането на ресурси изразява същите закономерности, които се проявяват на пазара на продукти за крайно потребление. С нарастване цената на ресурса се увеличава неговото предлагано количество. Покачването на цената повишава интереса на собствениците на даден ресурс да го предлагат на даден пазар, а да не търсят алтернативи за неговото използване.

При обсъждане на предлагането се използва идеята за алтернативните разходи. Притежателят на даден ресурс има пред себе си възможности за избор: да предложи ресурса на даден пазар, да го предложи на друг пазар или да не го предлага въобще. Ако става дума за работа или за работно време, то алтернативен разход на работното време е отхвърлената алтернатива за свободно време. Когато пазарната цена на работното време нараства, то собственикът на работната сила има все по-голям стимул да предлага ресурса си именно на това място, а не на което и да е друго. Нарастването на цената предизвиква нарастване на предлаганото количество. Така кривата на предлагането е нарастваща линия.

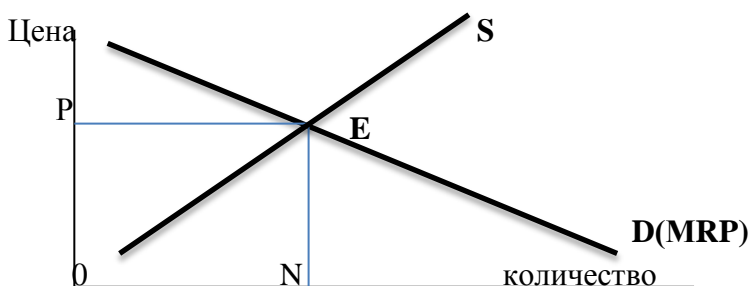
В случая с предлагането на труд се наблюдава определена специфика, която е необходимо да бъде отчетена. Хората, предлагащи своя труд, проявяват интерес не само към възнаграждението, което ще получат, но и към други ценности. За работещите може да са важни условията на труд, възможностите за здравно и пенсионно осигуряване, възможностите за обучение и отпуск. Социалният статус на работата съвсем не е без значение за желаещите да предложат своя труд. Всички тези обстоятелства се променят бавно и по тази причина се приема, че в кратък период при равни други условия при нарастването на цената на ресурса се увеличава количеството, което собствениците им желаят да предложат на дадения пазар.

Пазари на ресурси

Пазарите на ресурси притежават основните характеристики на пазарите на стоки и услуги. Те могат да работят без външна намеса, да са конкурентни или да са регулирани или несъвършено конкурентни. За да се разбере функционирането на пазарите на ресурси е добре да се започне с представяне работата на пазари, които се определят като свободни и конкурентни. В следващата тема ще изясним как работят другите типове пазари.

Свободен и конкурентен пазар

Графично представянето на свободния и конкурентен пазар на ресурси е същото като графичното представяне на продуктовете пазари. На фигура 13.2 е показан резултата от взаимодействието на предлагането на съответния ресурс и обусловеното (индиректно) търсене на ресурса.



13.2 Свободен и конкурентен пазар на ресурси

Пазарът се намира в равновесие при цена P , за която търсеното и предлаганото количество съвпадат и са равни на N .

Кривата на търсенето се базира на намаляващия пределен приход от пределния продукт, който се появява при наемането на всяка следваща единица ресурс. Кривата на предлагането се базира на алтернативните разходи, свързани с другите възможности за наемане. Графично пресичането на кривата на търсенето и предлагането в точка E отразява пазарното равновесие. Пазарната цена на ресурса P води до съвпадане на търсеното и предлаганото количество N . В случаите на пазар на труд цената се нарича „норма на трудовото възнаграждение“ и този термин се използва в рамките на теорията за разпределението.

Промени в търсенето и предлагането

На реалните пазари под въздействието на различни фактори се променят и търсенето и предлагането. В случай, че други пазари предложат по-изгодни условия като възнаграждения за собствениците на ресурси, това може да предизвика намаляване на предлагането. Графично този факт се отразява с изместване на кривата на предлагането

наляво и нагоре, което при зададено търсене ще доведе до нарастване на нормата на възнаграждение на този пазар.

Промени стават и от страна на търсенето, което да не забравяме е обусловено от търсенето на готовата продукция. Ако цената на произвеждания продукт нараства, то пределният приход от пределния продукт ще се повиши. Ако се създадат условия за нарастване на производителността на ресурса, то пределния приход от пределния продукт също ще нарасне. Тези два фактора водят до увеличаване на търсенето на фактора, което геометрично се отразява чрез изместване на кривата на търсенето надясно и нагоре. Като следствие при зададеното предлагане пазарното равновесие ще се промени и ще се постигне при по-висока цена и търсено и предлагано количество.

В случай че се наблюдават противоположни процеси – намаляване на предлагането или намаляване на търсенето – равновесната пазарна цена на ресурса намалява, както и пазарното равновесно количество.

Според теорията за свободните и конкурентни пазари безпрепятственото движение на ресурсите между отделните пазар в крайна сметка трябва да доведе до установяването на еднаква цена за ресурса на всички пазари. Но реалността е далеч от този теоретичен факт. Как изглежда картината на трудовия пазар? На по-малко привлекателните пазари, където работата е физически тежка и при лоши условия, възнагражденията като правило са ниски. Работните места с добри условия на труд, с обществен престиж и други изгоди за заетите, като правило са високо заплатени. Едно от обясненията на този реален факт е, че пазарите на ресурси, в частност пазарът на труд, са далеч от съвършената конкуренция. В теорията за разпределението на дохода несъвършената конкуренция играе много важна роля, която ще обсъдим в следващата тема.

Поглед назад

Обобщение

Фактори на производството са земята (природни ресурси), труда (човешки ресурси), капитал (машини и съоръжения) и предприемачество. Те получават възнаграждения (доход) под формата на рента, трудово възнаграждение, лихва и печалби. Обусловеното или индиректно търсене на фактори се базира на намаляващия пределен приход от пределния продукт, а предлагането на алтернативните разходи във връзка с алтернативното наемане на ресурсите.

Основни понятия

Факторни пазар
Ресурси
Факторен доход

Обусловено търсене
Възвръщаемост от ресурсите
Намаляващ пределен приход

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Посочете и опишете разбирането за четирите производствени фактори.
2. Какво означава търсенето да е обусловено или индиректно?

3. Кои са термините, с които се обозначават доходите, осигурявани на собствениците на ресурси?

Есе

1. Как идеята за свободни и конкурентни пазари позволява да се обясни определянето и промяната на факторните цени?

2. Защо кривата на търсене на фактори е намаляваща с отрицателен наклон?

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 164-200.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 153-200.
3. Mankiw, Gregory. (2008). Principles of Microeconomics, 5th edition, South-Western CENGAGE Learning, pp. 389-451.
4. Case, Karl E., Ray C. Fair, Sharon C Oster. (2008). Principles of Microeconomics, Pearson, pp. 319-379.
5. Taylor, John. (2009). Principles of Microeconomics, Houghton Mifflin Company, pp. 349-488.
6. Colander, David (2003). Economics, McGraw-Hill, pp. 352-407.
7. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 227-300.

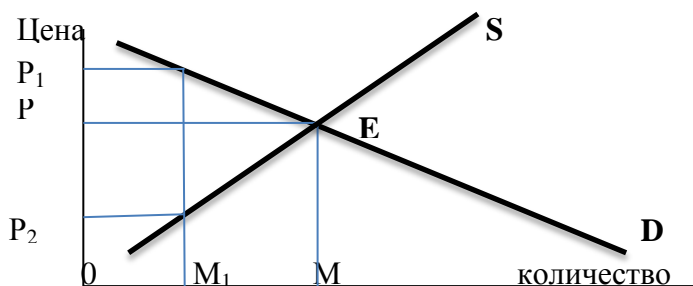
Тема четиринадесета: Неконкурентни факторни пазари

Въведение

Характерна особеност на факторните пазари е, че незначителна част от тях могат да бъдат оприличени на конкурентни. Пазарите на земя и природни ресурси, на труд и капиталови блага, на финансови инвестиции са в една или друга степен несъвършено конкурентни. Пазарното съвършенство засяга и търсенето и предлагането.

Монопол от страна на продавача

От страна на предлагането като крайна форма на несъвършената конкуренция може да бъде посочен монополът. Ситуацията е идентична на разгледаната за продуктовите пазари. Единственият продавач-монополист може да съкрати предлаганото количество и да постигне покачване на продажната цена. На фигура 14.1 показва състоянието на факторен пазар, на който е налице монополна позиция на продавача.



Фиг. 14.1 Монопол от страна на продавача

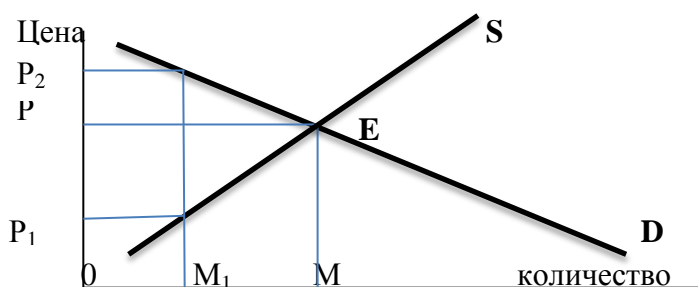
Ако пазарът има конкурентна структура, то равновесието ще се постигне в точка E, където търсенето и предлагането се пресичат при цена P и количество M. Продавачът-монополист може да намали предлаганото количество до M_1 . Графиката показва, че цената P_1 е тази, която той може да определи, защото за това количество потребителите са готови да заплатят тази максимална цена. Според кривата на предлагането е видно, че за това количество продавачът е готов да приеме цена P_2 , в която е включена нормална печалба. Като следствие, определяйки максималната цена, монополистът реализира над нормална печалба. Изключителното положение на продавача на пазара на ресурси позволява чрез създаване на дефицит да се получава по-висок доход.

Монопол от страна на купувача

От страна на търсенето наличието на единствен купувач на пазара го определя като монопсон. В тази ситуация съкращаване на количеството се налага от купувача. В случай

че става дума за пазар на работна сила това се изразява в намаляване на работните позиции, които се търсят. Като следствие единственият купувач - монополист е в състояние да намали продажната цена под конкурентното равнище и да купи ресурсите по-евтино.

Пример за такова несъвършенство може да наблюдаваме в отношенията между големите фирми за търговия на дребно и многобройните им дребни доставчици. Продукцията на дребните производители, които я предлагат на голямата фирма, може да се разглежда като ресурс, който големият търговец на дребно търси. В редица градове в провинцията срещаме представители на една - две големи търговски фирми, които притежават верига от магазини на територията не само на една държава. Тези купувачи извличат за себе си изгода от тази ситуация като принуждават дребните доставчици, които не разполагат с алтернативи, да продават продукцията си на възможно най-ниски цени.



Фиг. 14.2 Монопол от страна на купувача

На фигура 14.2 е показано, че ако пазарът беше съвършено конкурентен, то пазарното равновесие в позиция E ще определи цена P и равновесно количество M . Монополистът като единствен купувач може да съкрати търсеното количество до M_1 , за което според кривата на неговото търсене е готов да заплати цена P_2 . Той има пазарната сила да намали цената за това количество до P_1 , която е минималната цена, по която доставчиците са готови да продадат количеството M_1 и така да реализира печалба свръх нормалната.

Билатерален монопол

Макар и не много често в реалността може да се наблюдава ситуация на пазара, когато и двете пазарни сили са представени от един субект – монополист и монополист. Такъв пазар се определя като билатерален монопол. Типичен пример е даден трудов пазар (например миньорски град), където работниците са обединени и представлявани от професионален съюз, при договаряне на величината на трудовото възнаграждение с единственият работодател голямото минно предприятие.

Както в по-горните случаи на монопол и на монопсон, представени графично, при равновесие цената е на взаимно изгодно равнище, определяно от равновесието. Всеки единствен купувач и продавач е заинтересован от съкращаване на пазарното количество. Може да предположим, че има съгласие новото количество да е M_1 . За количеството, по-малко от равновесното, продавачът има интерес да определи максималната цена, която е готов да плати купувача. Обратно, купувачът има интерес да определи минималната цена, по която е готов да предложи продукцията си единствения продавач. Въпреки че са обединени от една идея за размера на количеството, участниците на пазара са разединени по отношение на равнището на пазарната цена. Всеки „дърпа“ цената в посока, която ще му донесе лична изгода.

Определянето на цената при билатерален монопол не се постига лесно. До голяма степен тя зависи от уменията за водене на преговори на всеки от участниците. На трудовите пазари преговорите са продължителни и понякога се прибегва до намеса на държавата за разрешаване на някои непреодолими противоречия между страните.

Несвободни пазари

Пазарите на ресурси са пример за активна намеса от страна на държавата. Най-често действията са свързани с фиксирането на цените като минимални или максимални, както и с ограничения върху количествата. Намесата в пазара води до същите резултати както и на продуктовите пазари. Цената престава да изпълнява своите функции и не може да достигне равновесно положение. Налице е или свръх търсене, или свръх предлагане. Съответният пазар не може да постигне равновесие докато държавните мерки са в действие.

Фактори за диференциация на дохода

На трудовия пазар цените на фактора се наричат норма на трудовото възнаграждение, която от позициите на работната сила се определя като доход. Доходи получават и собствениците на другите производствени фактори. На практика доходите, които хората получават, са доста различни по своя размер. Част от причините за този факт вече бяха коментирани. Несъвършено конкурентните пазари са пример за това как цените на факторите могат да варират в широки граници. В допълнени към това ще посочим още няколко причини за диференциация на доходите.

Доходи от собственост

Получаването на високи по-размер доходи много често е обусловено от собствеността върху ресурсите. Субектите, притежаващи собственост под формата на земя, сгради, фабрики, акции или други активи, свързани с бизнес дейности, могат да получават от тях значителни доходи.

В съвременните условия в страните по света собствеността е разпределена много неравномерно. От една страна, големи по размер активи са собственост на относително малък брой субекти, които получават колосални по размерите си доходи от тази собственост. Значителна част от хората по света притежават относително пренебрежима по размер собственост върху ресурси или въобще нямат такава. Това означава, че

разпределението на собствеността върху ресурсите е една от причините за диференциация на получаваните от хората доходи

Различия в участието

Между хората се наблюдават съществени различия в техните способности, прилагани при създаването на стоки и услуги. Има субекти, които работят много активно и за единица време произвеждат големи количества блага. Някои хора притежават таланти или специални умения, които ги правят високо ефективни. Тези, които имат значително участие в производството, се ползват с особен интерес от работодателите и като правило получават високи доходи.

Различия в способностите

Някои от продуктивните ресурси са във висока степен ограничени. Хората, които притежават таланти (в сферата на изкуството, спорта и др.) в качеството им на ограничени ресурси, имат възможност при тяхното използване да получават в замяна високи възнаграждения. Хората, които могат да правят това, което правят всички останали, получават „нормални“ доходи.

В практиката се наблюдават случаи, когато предлагането на някои ресурси съзнателно се ограничава от собствениците им. Така се създава възможност за възникване на монополно предлагане на суровини или машини. Като следствие цените нарастват и се увеличават доходите на притежателите на тези ресурси. Не зависима от конкретната причина предлагането на ресурси да бъде ограничено, колкото по-ниско е предлагането, толкова по-висока е цената и дохода на притежателите на ресурси.

Времеви фактори

Факторът време също оказва своето въздействие върху различието в равнището на получавания доход. Наличието на проблеми (дефицит) в предлагането на ресурси в кратък период оказва въздействие на цените и доходите като ги повишава. Времето на въвеждане на даден продукт в употреба също оказва влияние върху получаваните доходи. Първоначално цените на мобилните телефони при появата им като комуникационно средство са високи, значителни са и доходите на участниците в тяхното производство. С масовизиране на производството и потреблението цените падат, което се отразява и на доходите.

Изводи и заключения

Казаното по-горе е потвърждение на факта, че пазарите на ресурси се характеризират с висока степен на несъвършенство. На много пазари броят на купувачите и/или продавачите не е голям. Ресурсите, които се търсят и предлагат, не са хомогенни. Притежателите на ресурси не разполагат с пълна информация за условията на пазара. Не всеки желаещ може да се установи свободно на пазарите на различни ресурси.

Доходите и тяхната диференциация могат в определена степен да бъдат изяснени от позициите на търсенето и предлагането на пазара и тяхното съгласуване чрез ценовия

механизъм. Но случващото се на пазарите на ресурси не е единствено резултат от икономически процеси. Силно влияние оказват социални, исторически, политически, психологически, правни и други фактори. По тази причина анализът на разпределението на доходите на хората трябва да бъде комплексен и да използва достиженията на останалите обществени науки.

Поглед назад

Обобщение

Факторните пазари могат да бъдат доминирани от един продавач – монополист, който съкращава предлаганото количество, за да повиши цената или от един купувач – монопсонист, който съкращава търсеното количество, за да понижи цената. Когато монополът от страна на предлагането се срещне с монопсона от страна на търсенето, се появява билатерален монопол, при който определянето на цената зависи от договорната сила на участниците. Диференциацията на доходите е следствие от различията в собствеността върху ресурсите, участието, способностите и флуктуациите на пазара във времето.

Основни понятия

Несъвършени факторни пазари
Монопсон
Билатерален монопол

Монопол от страна на купувача
Доходи от собственост
Диференциация на доходите

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. По какъв начин правителството може да превърне факторните пазари в „несвободни“?
2. Посочете пример за пазар на ресурси, който се характеризира като монопсон.
3. Обяснете какво означава билатерален монопол?

Есе

1. Обяснете смисъла на възнагражденията като пределен приход от пределния продукт.
2. В каква степен диференциацията на дохода е резултат от различията в търсенето и предлагането?

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбирате икономиката. Нов български университет, стр. 164-200.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 153-200.
3. Сотирова, Ек., Л. Йотова. (2008). Принципи на микроикономиката. Нов български университет, стр. 262-385.

4. McConnel, Campbell, Stanley Brue, Sean Flynn. (2011). Principles of Microeconomics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 247-335.
5. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 397-467.
6. Sloman, John. (2003). Economics, Sixth edition, Pearson, pp. 227-291.
7. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 227-300.

Тема петнадесета: Цени на производствените фактори

Въведение

Характерна особеност на факторните пазари е, че незначителна част от тях могат да бъдат оприличени на конкурентни. Пазарите на земя и природни ресурси, на труд и капиталови блага, на финансови инвестиции са в една или друга степен несъвършено конкурентни. Пазарното съвършенство засяга и търсенето и предлагането. За това специално внимание трябва да бъде отделено на определянето на факторните цени в рамките на основните принципи на теорията на разпределението на дохода.

Земя и икономическа рента

Земята, която свързваме с природните ресурси, се характеризира с едно важно свойство – тя е зададена в крайно количество. Всяка страна разполага с определена територия със зададен релеф. Хората не са в състояние да създават природни ресурси, а наготово ги получават от природата. Възможно е да използваме само това, което е налично. Това обаче не означава, че предлагането на земята като ресурс е фиксирано или е съвършено нееластично. Да си припомним, че предлагането като термин, отразяващ пазарно поведение, трябва да бъде ефективно. Това означава, че даден продавач има желание и готовност да предостави на пазара някакво количество. Даже и когато съществуващото количество е фиксирано, предлагането на пазара количество може да се променя при промяна на пазарната цена.

Ограниченост и цена на земята

В светлината на казаното по-горе може да се направи заключение, че предлагането на природни ресурси се характеризира с ниска еластичност или е нееластично. На този факт са обърнали особено внимание икономистите в началото на деветнайсети век, когато са изследвали възможността за използването на селскостопанските земи за добив на хранителни продукти.

В този период доминиращо е селскостопанското производство. На икономистите прави впечатление значителното нарастване на населението и очертаващото се относително голямо количество работна сила. Капиталът като производително оборудване винаги би могъл в някаква степен да се увеличава. За разлика от останалите производствени фактори земята като ресурс, подходящ за създаване на храна, е фиксирана в определени граници. Според тях именно тази ограниченост на селскостопанската земя е причината цената или рентата да бъде твърде висока. Като игнорират изкуственото плодородие, твърдят, че земята не би следвало да има пазарна цена, заради отсъствието на производствени разходи. Ако се има предвид ситуацията със завладяването на Новия свят, където земята е била в изобилие и всеки, който пожелае може да притежава участък, тези съждения са валидни. Така в този период от историята идеята, че ограничеността е причина за наличието на поземлена рента се появява.

Съвременни разбирания за икономическата рента

Постепенно се осъзнава, че наред със земята и други неща могат да се характеризират като ограничени. В такъв случай фактът на тяхната ограниченост също може да се разглежда като причина за високата им цена. По аналогия с обяснението на проблемите със земята високите доходи, получавани от собствениците на ограничени ресурси, започват да се наричат икономическа рента. Терминът „икономическа рента“ започва да се използва като наименование на бонусите, които се печелят от ограничеността.

Тогава, когато такъв свръх доход се получава от собствениците на капиталовото оборудване, в теорията се използва понятието „квази-рента“. В случая с работната сила се използва уточнението „рента от способност“. Има се предвид допълнителен висок доход, свързан с редки умения, дарби или специфични способности.

Рента, свръх нормална и монополна печалба

В предходната тема разгледахме възможността на монополистите чрез създаване на дефицит в предлагането да получават свръх нормална печалба. Причините за това явление са аналогично на причините за появяването на рентата. Това е резултат от ограничеността или ниската еластичност на предлагането. Фактически свръх нормалната печалба, монополната печалба и икономическата рента по своята същност са еднакви. В икономическата литература са наречени с различни имена, за да е по-ясен техния произход. Монополната печалба е следствие от монопола. Икономическата рента е следствие от ограничеността или от нееластичността на предлагането на производствените фактори.

Труд и възнаграждения

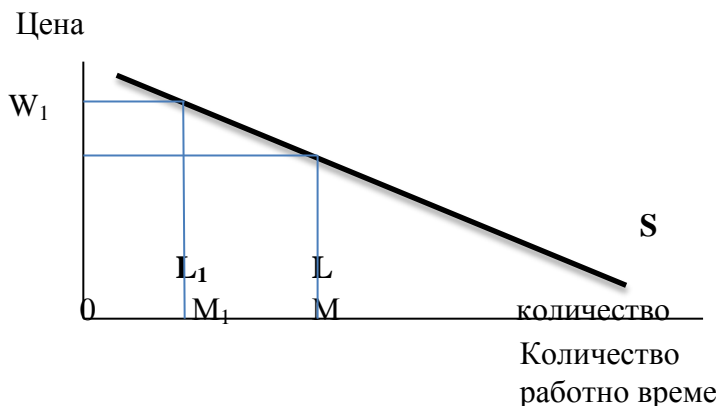
При разглеждането на възнагражденията, свързани с труда на работната сила, ще обърнем внимание на две важни особености. Едната е свързана с наличието на „намаляваща крива на предлагането на труд“, а другата с възможностите за влияние върху определянето на цената на труда – трудовото възнаграждение на пазарите, на които активно участват професионални съюзи.

Намаляваща крива на предлагане

Както вече знаете кривата на предлагането е нарастваща или с положителен наклон линия. Тя геометрично отразява факта, че при нарастване на цената се увеличава предлаганото количество. При предлагането на труд е възможно при определени обстоятелства кривата на предлагане да бъде намаляваща, отразяваща факта, че при нарастване на цената, предлаганото количество намалява.

Това може да се наблюдава на пазар, където се предлага ниско квалифициран труд от хора, които предлагат труда си по икономическа принуда при ниски равнища на трудовото възнаграждение. Като правило тези хора приемат непривлекателната работа само, защото с това е свързано тяхното оцеляване. Да разгледаме хипотетично ситуация с

хора, които получават ниско основно възнаграждение (на час) в нормалното работно време и са принудени да работят средно десет часа допълнително седмично, за да си осигурят средства за съществуване. Да предположим, че основното трудово възнаграждение се повиши и тогава работниците ще могат за два или три часа допълнително да си набавят необходимия базов доход за оцеляване чрез тази непривлекателна работа. Това означава, че нарастването на цената на труда – трудовото възнаграждение ще рефлектира в намаляване на предлаганото количество работно време и това геометрично се представя с намаляваща крива на предлагане на труд. На фигура 15.1 е представена кривата на предлагане с отрицателен наклон.



Фиг. 15.1 Крива на предлагане с отрицателен наклон

От фигурата е видно, че когато нормата на трудово възнаграждение се повиши от w до w_1 , количеството на работното време се съкращава от L до L_1 .

Такава тенденция съществува не само по отношение на нискоквалифицираната и непривлекателна работа, свързана с получаването на много ниски трудови възнаграждения. В случаите на особено висока квалификация и особено висока норма на трудово възнаграждение може да наблюдаваме подобна ситуация. Повишаването на изначално високо трудово възнаграждение няма да се яви стимул за повишаване на предлаганото количество работно време, защото високите доходи на хората пораждат стимул за разполагане с повече свободно време.

Влияние на професионалните съюзи

В много отрасли и на национално равнище действат професионални съюзи, които представляват интересите на работещите в даден бранш и се наместват активно при определянето на трудовите възнаграждения на своите членове. Институцията професионален съюз може да действа на пазара като монополист. При постигането на договореност за високо трудово възнаграждение може да се окаже, че работодателите ще са заинтересовани от намаляване на количеството на наетите работници.

За да се противостои на тази неблагоприятна възможност за работниците могат да се постигнат споразумения за определено повишаване на производителността на труда. Повишаването на ефективността на труда на заетите може да елиминира необходимостта

от съкращаване на тяхното количество, породено от нарастване на трудовото възнаграждение.

По подобен начин на трудовите пазари проявяват своето влияние и множество различни професионални сдружения (счетоводители, одитори, нотариуси и др.), които поставят разнообразни формални ограничения (сертификати, квалификационни изпити и т.н.) за напалване на предлагането на труд.

Несъвършени трудови пазари

Пазарите на ресурси са несъвършено конкуренти, но с най-изявено несъвършенство се характеризират пазарите на труд. Предлагането на труд като умения, знания и таланти е много разнообразно. Наред с това получаването на определена квалификация е свързано с разходи на време и пари от потенциалните работници. В този смисъл за разлика от другите ресурси трудовите ресурси не са много „мобилни“. Хората не могат да променят работата си (професията) лесно и бързо. Трудно може реално шофьор да се преквалифицира в счетоводител и после в компютърен специалист в отговор на промените на трудовите пазари.

По отношение на хората и тяхната мобилност има и други много важни моменти. Само част от живота си човек прекарва в работа, която осигурява средства за съществуване. Наред с това хората живеят в свързани общности, отглеждат деца и се грижат за възрастните си родители. Това се превръща в сериозна социална причина за уседналост и трудна смяна на местоживеенето, наложено от намирането на работно място.

Разгледаните по-горе особености на трудовите ресурси правят трудна смяната на работното място при изменения на условията на трудовите пазари. Оказва се, че икономическият растеж и научно-техническият прогрес са предпоставка за значителни социални противоречия. Проблемите, свързани с работата на трудовите пазари са социални проблеми, които трябва да се анализират и решават от икономиката с участието и на останалите социални науки.

Капитал и лихва

С понятието „капитал“ назоваваме реални неща: машини, инструменти, съоръжения, оборудване, които оказват реални производителни услуги. Това са вещи, които се произвеждат от предприятия и се предлагат на други предприятия за включването им в производствена дейност. Определянето на цените на капиталовите блага става при взаимодействието на силите на търсене и предлагане. В предходните теми (9 и 13) изяснихме, че причина за нарастващата крива на предлагане на тези блага е намаляващата пределна факторна производителност и намаляващата възвръщаемост от мащаба, а зад кривата на търсенето стои намаляващият пределен приход от пределния факторен продукт.

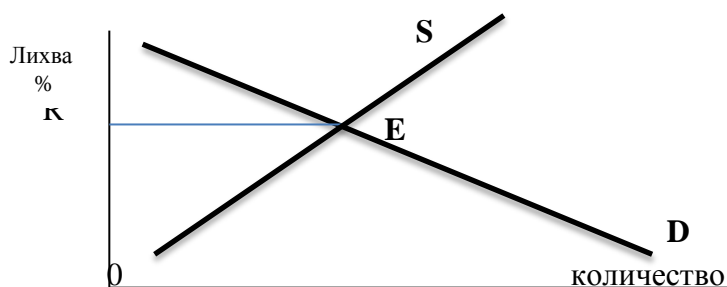
Финансов капитал

Терминът „капитал“ се използва и със друг смисъл. Често се има предвид „финансов капитал“. Тази употреба не е коректна, защото парите (финансовите активи) не представляват реални производителни ресурси. Парите са средство за размяна, а не нещо

полезно в непосредственото производство. В пазарната икономика парите (финансовите активи) могат да бъдат използвани от собствениците си за печеленето на още пари. На базата на такова предположение идеите за пазарното търсене и предлагане могат да бъдат използвани за обяснение на механизма за определяне на цената на финансовия капитал – нормата на лихвата.

Пазар на финансови активи

Предлагането на финансов капитал основно се осъществява от големи финансови институции: банки, инвестиционни посредници и др. Според пазарната логика при нарастване на нормата на лихвата, нараства интереса от предлагане на финансови активи. Това означава, че предлагането на финансов капитал може да бъде представено графично чрез нарастваща крива на предлагане. От друга страна, търсенето на потенциалните заемополучатели, които са заинтересовани от инвестирането на този капитал за производствени цели, е в обратна зависимост от нормата на лихвата. При ниски лихвени проценти се наблюдава значително търсене, за разлика от търсенето при високи лихви. Под въздействието на двете пазарни сили се определя лихвения процент, който уравновесява търсенето и предлагането и е взаимно изгоден в дадената ситуация. Пазарното равновесие е представено на фигура 15.2.



Фиг. 15.2 Определяне на лихвения процент по заемните фондове.

Реалната ситуация на определяне на лихвения процент в случая е представена твърде опростено. На практика върху равнището на лихвената норма оказват значително въздействие други фактори, които обуславят отклонения в една или друга посока от тази „опростена норма“. В случай, че получателят на заем предоставя стабилно осигуряване и се преценява като ниско рисков, лихвата може да бъде по-ниска, за разлика от лихвата за високо рисковия заемополучател. Така в практиката към нормата на лихвата се калкулира т.нар. „рискова премия“. Продължителността на времето, за което се дава заема също влияе върху размера на нормата на лихвата. Дългосрочният период лишава за дълго собственика от актива му. В този период могат да се случат много непредвидени неща. Тази висока степен на неопределеност се отразява на лихвата на дългосрочните заеми,

като я правят по-висока. По тази причина е налице диференциация на лихвените равнища за различните видове заеми във времето и за различните заемополучатели.

Предприемачество и печалби

Като имаме предвид наличието на предприемачески ресурс в рамките на теорията за разпределението на дохода се обяснява и значението на печалбата. Нормалната печалба е част от разходите, свързани с производството и предлагането на благата от предприемача. По своя размер тя е достатъчна за да възмезди предприемача за пропуснатите ползи при избора да се занимава с производство на дадено благо, а не с нещо друго. Нормалната печалба има функцията да задържи предприемача в текущата си дейност и да предлага на пазара произвеждания продукт.

Печалбите свръх нормалната (монополната печалба или икономическата рента) са резултат от ограничеността, независимо дали са временно или постоянно явление. Когато пазарът е конкурентен свръх печалбата привлича нови участници и увеличава предлагането, което предизвиква падане на цената и изчезване на свръх печалбата. В случаят на монопол това не може да се случи. Така свръх печалбата е информационен сигнал, караш предприемачите да пренасочват ресурсите.

Промените на печалбата в една или друга посока са част от пазарния механизъм. Те водят до промяна на поведението на купувачите и продавачите в отговор на промените в пазарните условия.

Поглед назад

Обобщение

Собствениците на земята като ресурс получават икономическа рента, която е следствие от нееластичното предлагане. Тя е идентична със свръх нормалната печалба и монополната печалба. По отношение на предлагането на труд би могло да се прояви намаляваща крива на предлагане. Възнагражденията за ограничените трудови ресурси включват получаването на рента от способност. Професионалните съюзи и други сдружения могат да влияят върху предлагането на труд. Лихвата, свързана с реалния и финансов капитал, се определя в резултат на взаимодействието на пазарното търсене и предлагане. Нормалната печалба е част от цената на предлагането на продукта, а свръх нормалните печалби са сигнали за преразпределение на ресурсите.

Основни понятия

Икономическа рента
Трудово възнаграждение
Намаляваща крива на предлагане

Профсъюзи
Лихва
Финансов капитал

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Изброете няколко причини, които правят трудовите ресурси не мобилни.

2. Какво е предлагането на земята като ресурс – еластично или нееластично?
3. Посочете причините, поради които лихвената норма за заемополучателя може да бъде повишена.

Есе

1. Обяснете връзката между свръх нормалната печалба, монополната печалба и икономическата рента.
2. Как професионалните съюзи могат да въздействат върху равнището на печалбата на своите членове?

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 164-200.
2. Ракарова, С. (2014). Пътеводител по микроикономика. Нов български университет, стр. 153-200.
3. Mankiw, Gregory. (2008). Principles of Microeconomics, 5th edition, South-Western CENGAGE Learning, pp. 389-451.
4. McConnel, Campbell, Stanley Brue, Sean Flynn. (2011). Principles of Microeconomics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 247-335.
5. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 397-467.
6. Taylor, John. (2009). Principles of Microeconomics, Houghton Mifflin Company, pp. 349-488.
7. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 227-300.

Тема шестнадесета: Икономиката като цяло

Въведение

Правилното и цялостно разбиране на икономическите процеси и тенденции, които ни заобикалят и в които участваме, често изисква анализ отвъд пазарните взаимоотношения между отделните индивиди или икономическите субекти на отделните пазари на различни видове блага.

Икономическите взаимодействия и процеси могат (и трябва) да бъдат изучавани на няколко различни нива. Можем да изучаваме поведението и вземането на решения при отделните домакинства или фирми. Можем да анализираме техните взаимодействия, фокусирайки се върху пазара на конкретно благо (стока или услуга). Можем да изучаваме и функционирането на икономиката като цяло, като съвкупност от действията и решенията на всички икономически субекти на всички пазари. В рамките на тази глава ще се фокусираме именно върху този дял от икономическата наука, който изучава функционирането на икономиките като цяло – макроикономиката. Ще дефинираме предмета на макроикономиката; ще разгледаме основните проблеми, които са обект на анализ от страна на макроикономистите, и ще научим как е възникнала и се е развила макроикономиката и защо е нужна.

Определение и предмет на макроикономиката

В тема първа въведохме понятията „Микроикономика“ и „Макроикономика“. В рамките на тази глава ще задълбочим тези определения и ще дадем по-детайлно описание и дефиниция на раздел „Макроикономика“.

Микроикономиката изследва функционирането на отделните индустрии и поведението на отделните икономически субекти, които вземат решения на пазарите, управлявайки оскъдните си ресурси. За целта, обикновено го разделяме на две групи: фирми и домакинства. **Макроикономиката**, от друга страна, се фокусира върху факторите на съвкупния национален продукт, но не и върху факторите, определящи производството на отделни блага или поведението на отделни икономически агенти.

Макроикономиката изучава националния доход (но не и дохода на отделното домакинство); общото ценово равнище (но не и цените на отделните стоки и услуги); общата заетост в икономиката (но не и заетостта на отделните пазари, напр. в производството на автомобили).

Микроикономиката се занимава с икономическите решения на отделния индивид, докато макроикономиката разглежда съвкупността от тези решения. Поради това, подходът, който се ползва в макроикономиката, се нарича **агрегиране (създаване на съвкупности)**. Агрегиране означава комбинирането в едно на всички отделни пазари в един голям общ пазар. Когато говорим за съвкупно потребление или за съвкупни инвестиции, имаме предвид общото потребление или инвестиране на територията на дадена икономика, във всички сектори общо.

Причините за създаване на съвкупни показатели са две:

- 1) Въпреки че структурата на търсенето и предлагането на отделните пазари е важна в редица случаи, анализът на отделните пазари няма съществено значение за

решаването на въпроси, засягащи икономиката като цяло, напр. икономически растеж, инфлация и безработица – въпроси, с които се занимава макроикономиката.

2) Като цяло пазарите на отделните блага се движат заедно нагоре или надолу. Когато икономиката е в подем, нараства потреблението както на зеленчуци, така и на плодове, както на мебели, така и на дрехи.

Проблеми на макроикономиката

Макроикономиката изследва структурата и представянето на националните икономики и политиките, които правителствата използват, за да се опитат да повлияят на икономическите процеси. Въпросите, които макроикономистите задават, включват следното: Какво определя дългосрочния икономически растеж на една нация? В началото на XX век доходите на глава от населението в Аржентина и Франция са равни. Днес доходът на глава от населението е около два пъти по-висок във Франция, отколкото в Аржентина¹. Защо някои национални икономики растат бързо като предоставят на своите граждани бързо подобряване на стандарта на живот, докато други икономики са в относителен застои? Какви са причините икономическата активност в дадена държава да се колебае? Защо икономиките понякога изпитват резки колебания и изживяват периоди на просперитет, редуващи се с периоди на трудни времена? Какви са причините за безработицата? През 1932 г., 22 % от работната сила във Великобритания е безработна. Десетилетие по-късно, 1942 г., по време на Втората световна война, 0.8 % от работната сила е безработна (по данни на Държавния статистически офис на Обединеното кралство). Защо безработицата понякога достига много високи нива? Защо, дори и по време на относителен просперитет, част от работната сила е без работа? Какви са причините цените да се покачват? Опитът на Унгария по отношение на инфлацията е много екстрем: след Втората световна война Унгария преживява няколкомесечен период (декември 1945-юли 1946 г.), през който цените се повишават многократно (цените се удвояват на всеки 15 часа). Това е най-високата инфлация регистрирана някога. Макроикономистите анализират какви са причините за инфлацията и какво може да се направи по въпроса.

Най-общо можем да заключим, че проблемите, с които макроикономиката се занимава, са в четири основни области: 1) икономически растеж; 2) безработица; 3) инфлация; 4) международна икономика. Отклоненията и дисбалансите, свързани с тези проблемни области, биват коригирани и управлявани чрез инструментите на **макроикономическата политика**. Поради това, макроикономистите се занимават с изследване на начините за провеждане на и ефектите от макроикономическата политика. Нека да разгледаме малко по-подробно всяка една от посочените области, а в следващите глави ще разгледаме инструментите на макроикономическата политика, чрез които ги управляваме.

Икономически растеж

Вместо да растат с равномерна скорост по всяко време, икономиките са склонни да изпитват краткосрочни възходи и падения. Техническото название на тези възходи и падения е **бизнес цикъл**.

¹ Данните са взети от: Max Roser and Mohamed Nagdy (2016). "Economic Growth". Published online at OurWorldInData.org. Retrieved from: <https://ourworldindata.org/economic-growth> [Online Resource].

Основната мярка за това как се справя една икономика е **съвкупното производство**: общото количество стоки и услуги, произведени в икономиката за даден период. Когато се произвежда по-малко (с други думи, когато съвкупното производство намалява), има по-малко стоки и услуги, които се произвеждат и търгуват, и средният стандарт на живот спада. Когато фирмите свиват производството си, те също така уволняват работници, което води до повишаване на равнището на безработица.

Периодите, през които съвкупното производство спада, се наричат **рецесии**. Обичайно даден икономически спад се класифицира като "рецесия", когато съвкупното производство намалява за две последователни тримесечия. Продължителната и дълбока рецесия, се нарича **депресия**, въпреки че няма консенсус сред икономистите кога рецесията се превръща в депресия.

Растежът на производителността е всичко в дългосрочен план. Само чрез увеличение на производителността може да се повиши стандарта на живот в дългосрочен план. В дългосрочен план малки разлики в процентите на растеж на производителността може да доведат до огромна промяна за просперитета на обществото. Нищо не допринася повече за материалното благосъстояние, за намаляване на бедността, за способността на една страна да финансира образованието, общественото здраве, подобряването на околната среда, от скоростта на растежа на производителността. Това означава, че макроикономистите изследват колебанията на икономическия растеж, а целта им е да разберат как да се осигури устойчивост на темповете на икономически растеж и нарастване на производителността.

Безработица

Когато икономиката расте по-бавно, тя не успява да генерира достатъчно нови работни места за все по-нарастващата работна сила. Следователно, нивото на безработицата се покачва. Обратно, бързият растеж на икономиката води до намаляване на безработицата.

Въпреки че макроикономистите са заинтересовани да научат защо процентът на безработицата се е повишил или паднал в определен период от време, те се опитват да отговорят на един по-основен въпрос: Защо въобще има безработица? Наличието на безработица предполага, че пазарът на труда не е в равновесие (че нещо пречи на предлаганото и търсеното количество да се уравни). Защо пазарът на труда не се уравни, след като при другите пазари това се случва постоянно? Както означават данните за безработица? Това е един от основните проблеми, които макроикономистите разглеждат.

Инфлация

Инфлацията представлява увеличаване на общото равнище на цените. Поддържането на ниска инфлация е една от основните цели на правителствата, а методите за поддържане на ниски нива на инфлация са обект на изследване от макроикономистите. Особено проблемни са периодите на хиперинфлация, т.е. периодите на много бързо повишаване на общото равнище на цените. Например по време на хиперинфлацията в Германия през периода 1922-1923 г. цените растат всеки ден. През 1922 г. един хляб в Германия струва 163 марки; през септември 1923 г. струва 1 500 000 марки; а по време на пика на хиперинфлацията през ноември 1923 г. един хляб струва 200 000 000 000 марки. В историята на България също има периоди на хиперинфлация. Последният такъв период е в

края на 1996 г. – началото на 1997 г. През февруари 1997 г. процентът на инфлация достига 242%, което означава, че за удвояване на цените на стоки и услуги са необходими 17 дни². Когато инфлацията приближава такива нива, икономиката и цялостната държавна организация започват да се разпадат. Работниците започват да стачкуват, настоявайки за увеличение на заплатите в съответствие с високия процент на инфлация, а фирмите трудно могат да се справят със задълженията си. Хиперинфлациите са редки. Независимо от това, икономистите посвещават много усилия, за да идентифицират проблемите и последствията от дори умерена инфлация. Въпросите, на които макроикономиката отговаря, са: Дали някой печели от инфлацията? Кой губи? Какви разходи налага инфлацията на обществото? Колко тежки са те? Какви са причините за инфлацията? Какъв е най-добрият начин тя да бъде спряна?

Международна икономика

Днес всяка икономика е отворена икономика или икономика, която има засилени търговски и финансови отношения с други национални икономики (за сравнение, една затворена икономика не взаимодейства икономически с останалата част на света). Тези икономически отношения са много важни за макроикономистите, тъй като те определят редица процеси, характеризиращи националните икономики. Например, невъзможно е да анализираме българската икономика и тенденциите в нея без да отчетем факта, че България е страна-членка на ЕС, има активни търговски отношения с останалите европейски икономики, чуждестранни компании оперират в страната и движението на капитали е напълно свободно.

Макроикономистите изучават структурата на международната търговия и обмен, за да разберат по-добре връзките между националните икономики. Например една важна тема в макроикономиката е как международните търговски взаимоотношения спомагат за пренасяне на бизнес цикъла от страна в страна.

Възникване на макроикономиката като наука

Макроикономиката е сравнително ново направление в икономическата наука. Преди Голямата депресия (1929 г., най-голямата световна икономическа криза на XX век), икономистите прилагат микроикономическите модели, наричани "класически" модели, за всички проблеми, които засягат икономиката, вкл. тези на макро ниво. Например, предполагало се е, че прекомерното предлагане на труд ще доведе до понижаване на заплатите до ново ниво на равновесие между търсене и предлагане на труд, т.е. безработицата е временно явление и няма да се задържи.

Класически подход към икономиката. Класическият подход се заражда преди повече от два века с известния шотландски икономист Адам Смит. В своята книга "Богатството на народите" /1776 г./ той въвежда идеята за "невидимата ръка на пазара". Идеята за невидимата ръка е, че, ако има свободни пазари и физически лица, които да действат на пазарите така, че да извличат максимална лична изгода от пазарното си поведение, то икономиката като цяло ще работи добре. Смит смята, че в условията на пазарна икономика частните лица, преследващи собствените си интереси, водени от

² Данните са взети от: Steve Hanke and Nicholas Krus (2012). "World Hyperinflations". Cato Working Paper no. 8, August 15, 2012.

невидимата ръка на пазара /пазарните механизми без външна намеса от страна на държавата/, водят до максимизиране на общото благосъстояние на всички в икономиката.

Въпреки, че тази концепция звучи много добре, не трябва да се преувеличава твърдението на Смит. Свободното функциониране на пазарите („невидимата“ ръка на пазара) не означава, че, ако оставим всички сфери от нашия живот да функционират на пазарен принцип, всички ще са доволни и ще живеят добре. Свободните пазари не могат да предотвратят последиците от природни бедствия или войни. Тази концепция не е в състояние да обясни реалното съществуване на големи неравенства между бедни и богати, защото в анализа на Смит се приема, че е налице първоначално справедливо разпределение на богатата между хората. По-скоро идеята за невидимата ръка е, че при предварително зададени ресурси (природни, човешки и капиталови) и при тяхно първоначално справедливо разпределение между всички, свободните пазари ще доведат до възможно най-добрия икономически резултат.

Идеята за невидимата ръка се основава на едно много важно условие: различните пазари в икономиката, включително финансовите пазари и пазарът на труда, както и пазарите за стоки и услуги, трябва да функционират без каквито и да било пречки или бариери наложени отвън като минимални заплати, тавани на лихвените проценти или административни ограничения. Заплатите и цените трябва да са максимално гъвкави, за да може бързо да реагират при промени в търсенето или предлагането и така да се запази равновесието на пазарите, при което търсените и предлаганите количества се изравняват на всички пазари. Гъвкавостта на цените е от решаващо значение за идеята за невидимата ръка, защото в една либерализирана пазарна система промените в заплатите и цените са сигналите, които координират действията на хората в икономиката.

Прилагането на класическия подход при анализа на икономическите процеси носи със себе си някои сериозни изводи за политическите действия, които могат и трябва да се предприемат от страна на държавата в икономиката. Приема се, че правителството трябва да има ограничена роля в икономиката. Класическите икономисти често твърдят, че политиката на правителството е неефективна или контрапродуктивна към постигане на поставените цели. Повечето класически икономисти смятат, че правителството не трябва да се опитва активно да елиминира бизнес цикъла.

Голямата депресия (1929 г.) е събитие от световен мащаб; нито една страна не е пощадена. Тя буквално променя историята на много народи. В Германия тази криза улеснява възхода на нацизма. Депресията в световен мащаб предизвиква и революция в икономическото мислене. До 1930 г., преобладаващата икономическа теория /описаният по-горе класически подход/ приема, че капиталистическата икономика от време на време функционира неправилно, но притежава естествена тенденция да се излекува от рецесии или инфлации от само себе си. Но продължителността на Голямата депресия разклаща вярата на икономистите, че икономиката може сама да се коригира.

Кейнсиански подход към икономиката. Тези сътресения в икономическата наука водят до нейното преосмисляне от един от най-известните икономисти на XX век, Джон Мейнард Кейнс, който написва „Обща теория на заетостта, лихвата и парите“ (1936 г.). Вероятно това е най-важната икономическа книга на XX век. Тя съдържа послание, което се смята за революционно за времето си.

Джон Мейнард Кейнс напада някои от по-ранните теории и разработва обща теория за икономиката, която описва цялата икономика като съвкупност, вместо да я разглежда

на индивидуални, микроикономически части. В този смисъл Кейнс се определя като „баща на макроикономиката“.

Кейнс отхвърля идеята, че икономиката естествено (без външна намеса) гравитира към плавен растеж и високи нива на заетост, като твърди, че вместо това, ако бизнесът и потребителите имат песимистични настроения за бъдещето си и икономическото си благосъстояние, то те ще ограничат производството и разходите си. В резултат на това икономиката може да бъде осъдена на застой, който да продължава и да се задълбочава дотогава, докато песимизмът на пазара преобладава. Застоят, от своя страна, може да засили негативните очаквания на икономическите субекти още повече и така икономиката да продължи да стагнира.

Кейнс показва в книгата си как някои действия на правителството - действия, които сега се наричат парична и фискална политика, може да измъкнат икономиката от състоянието на криза. Неговата теория показва как правителствата могат да управляват икономиките си, така че рецесиите (кризите) да не се превърнат в депресии (дълбоки кризи) и депресиите да не продължат толкова дълго, колкото Голямата депресия. Управлението на икономическия цикъл обаче не е лесна задача и няма универсален отговор на въпросите кога държавата да се намеси и кога - не, както и как точно. Голямата депресия приключва, когато Съединените щати се мобилизират за война в началото на 1940 г.. В състояние на война държавните разходи нарастват до изключително високи нива и това дава голям тласък на производството и потреблението. Икономиката е в подем, а коефициентът на безработица пада до 1,2% по време на войната. Това, разбира се, не означава, че хората живеят по-добре (все пак са във война), но кризата е прекратена.

Периодът на силен растеж, помрачен от няколко рецесии след Втората световна война, продължава през т.нар. „прекрасни“ 60-те, период на безпрецедентен и неинфлационен растеж. Това прави кейнсианската теория изключително популярна и всеобщо приета. За известно време изглежда, че безработицата и инфлацията могат да се избегнат. Идеята, че правителството може и трябва да действа, за да стабилизира икономиката, достига невероятна популярност през 60-те. През 60-те години много икономисти вярват, че правителството може да използва наличните инструменти за манипулиране на безработицата и инфлацията доста точно.

Тези оптимистични заключения се оказват преждевременни. През 1973 г. държавите-вносителки на петрол и енергийни ресурси са изправени пред сериозни проблеми. Действията на Организацията на страните износителки на петрол (ОПЕК) водят до четворно увеличение на цените на петрола. В същото време лошите реколти в много части на света правят световните цени на храните все по-високи. Цените на други суровини също скачат до небето. Повишаването на цените на основни ресурси води до повишаване на цените на крайните стоки и услуги. Това означава, че в тези страни се наблюдават нарастващи темпове на инфлация. Същевременно, тези процеси водят до свиване на потреблението и на производството, т.е. стагнация. Равнището на инфлацията в САЩ минава над 12% през 1974 г., а безработицата се увеличава с почти 9 % между края на 1973 и началото на 1975 г. Въведен е нов термин, който да опише тази ситуация на стагнация и висока инфлация - стагфлация.

Проблемът на стагфлацията се оказва необяснимо явление за икономическата теория по това време. Кейнсианската теория не може да обясни и да предостави решение за кризата, което поставя икономистите пред ново предизвикателство и дава импулс за по-нататъшно развитие в изучаването и интерпретирането на макроикономическите явления.

Събитията от 70-те и началото на 80-те имат значително влияние върху макроикономическата теория. Голяма част от вярата в кейнсианската теория от 60-те години е загубена. Тези събития раждат нови икономически теории, като монетаризма (неокласическата теория); неокейнсианската теория, теорията на рационалните очаквания, неолиберализма и т.н. През 80-те години започва ерата на неолибералната теория, която се характеризира със завръщане към концепцията за свобода на пазарите и ограничена държавна намеса. Управленията на Маргарет Тачър и Роналд Рейгън и действията им в икономическата сфера са силно повлияни от доминиращата макроикономическа парадигма през този период.

Световната финансова и икономическа криза от 2008 г. отново поставя на изпитание нашите разбирания за икономиката и дава нов импулс за развитие на икономическата мисъл на макро ниво. Това непрекъснато преосмисляне и развитие на макроикономиката я прави трудна, но динамична и вълнуваща наука.

Поглед назад

Обобщение

Делът от икономическата наука, който се фокусира върху проблемите и процесите в икономиките като цяло, се нарича макроикономика. Основните проблеми обект на изследване от макроикономиката са икономическия растеж, инфлацията и безработицата. Днес анализът на тези проблеми и на макроикономическото състояние на всяка държава изисква поставянето им в международен контекст, т.е. при отчитане на международната среда, в която икономиката оперира, и анализ на нейното място в регионален или световен план.

Макроикономиката е млада наука. Приема се, че възниква през 30-те години на XX век като резултат от предизвикателствата, които Голямата депресия поставя пред икономическата мисъл. Тогава възниква кейнсианската теория като контрапункт на класическата теория за икономиката. Тя предвижда намеса от страна на държавата в икономиката с цел фина настройка на икономическите процеси и осигуряване на плавен растеж. Макроикономиката е много динамична; икономическите школи постоянно се развиват с цел да могат по-добре и по-точно да анализират и предвиждат макроикономическите явления.

Основни понятия

Макроикономика
Икономически растеж
Бизнес цикъл

Инфлация
Безработица
Кейнсианство

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Обяснете разликата между микро- и макроикономиката. Какви проблеми разглежда всеки един от дяловете на икономиката и на какво ниво?

2. Кои са основните проблеми на макроикономиката? Защо днес е невъзможно да направим анализ на дадена национална икономика без да отчетем международната среда?

3. Върху какъв принцип се основава класическата теория на Адам Смит? Защо през 30-те години на XX век е подложена на критика?

Есе

1. Потърсете повече информация за последствията от Голямата депресия от 1929 г. за развитите икономики от онова време. Опитайте се да направите сравнение със Световната финансова и икономическа криза от 2008 г.

2. За или против държавна намеса в икономиката. Смятате ли, че държавата трябва да действа за коригиране на бизнес цикъла или по-скоро да остави икономиката да се самокоригира?

Библиография и полезни източници:

1. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр. 117-145.
2. Case, Karl E., Ray C. Fair, Sharon M. Oster (2012). Principles of Macroeconomics. 10th ed., Prentice Hall, pp. 97-109.
3. Baumol, William J., Alan S. Blinder (2009). Macroeconomics: Principles and Policy. 11th ed., South-Western Cengage Learning, pp. 83-105.
4. Abel, Andrew B., Ben S. Bernanke, Dean Croushore. (2008). Macroeconomics. 6th ed., Pearson Education, pp. 2-23.
5. Блог по икономически въпроси на Пол Кругман, Нобелов лауреат: <https://krugman.blogs.nytimes.com/>
6. Блог на Грегъри Менкю, Професор по макроикономика, Харвард: <https://gregmankiw.blogspot.bg/>
7. Сайт на Националното бюро по икономически изследвания, САЩ: <http://www.nber.org/>

Тема седемнадесета: Съвкупен продукт и доход

Въведение

Анализът на макроикономически процеси и събития изисква да се въведат съответните измерители или индикатори, които да ни показват какво се случва и какви тенденции се наблюдават. Чрез тези индикатори и техните стойности през различните периоди ние можем да направим изводи за макроикономическото състояние за изследваната държава. Един от най-важните и най-често използваните макроикономически индикатори е брутният вътрешен продукт /БВП/. Този показател е особено значим, защото той ни дава информация за това какво е произведено от всички икономически субекти в дадена държава или регион, т.е. измерваме икономическата дейност или съвкупния продукт (производство) и можем да я сравняваме с данните за предходни периоди или за други страни.

В рамките на тази глава ще си отговорим на въпроси като: Какво точно е БВП? Какво показват данните за БВП и как да ги използваме?

Определение за БВП

Един от основните показатели за това дали е налице икономически растеж е промяната в съвкупния продукт, който се формира като общата сума на произведените стоки и услуги в икономиката за определен период. През първата половина на XX век детайлните изследвания на икономистите Саймън Кузнец (носител на Нобелова награда) и екипа на Артър Бърнс и Уесли Митчел правят възможно измерването на общата продукция чрез въвеждане на системата на отчитане на националния продукт и доход.

Най-известният подход за измерване на общата продукция в икономиката е брутният вътрешен продукт, или БВП. По-конкретно, **БВП се формира като сумата от паричните стойности на всички крайни стоки и услуги, произведени в националната икономика в рамките на даден период от време (обикновено една година).**

Особености при измерването на БВП

Няколко аспекта от определението за БВП заслужават специално внимание и повече обяснение и анализ.

БВП включва само продукти и услуги произведени в рамките на годината.

Брутният вътрешен продукт за дадена година включва само стоките и услугите, които са произведени през тази година. Продажбата на продукти, произведени в предходни години, не се отчита в БВП за текущата година. Например, през 2016 г. решавам да си закупя автомобил, който е произведен през 2010 г. Въпреки че в моите очи този автомобил е моят „нов“ автомобил, стойността на тази покупка няма да бъде включена в БВП за 2016 г., тъй като тази кола е произведена и закупена от краен потребител през 2010 г. и е отчетена в БВП за 2010 г. От друга страна, ако реша да си закупя автомобил, отида в автосалон и си харесам и закупя чисто нов автомобил, който е доставен от производителя, то стойността на тази покупка ще бъде отразена в БВП за

текущата година. По същата логика, ако закупя през 2016 г. жилище в панелен блок от 1991 г., това няма да бъде отразено в БВП за 2016 г., защото през тази година реално няма новопостроено жилище; старото жилище, построено през 1991 г., просто си сменя собственика.

БВП включва само крайни продукти.

Важно е да се отбележи, че само крайните стоки и услуги се отчитат в БВП.

Прилагателното „**крайни**“ е ключовата дума тук. Например, когато Lenovo купува микропроцесори от Intel, сделката не е включена в БВП, тъй като Lenovo не иска микропроцесори за себе си, за крайна употреба. Тя ги купува за производството на компютри, които продава на потребителите. Lenovo определя крайната цена на компютрите, отчитайки и стойността на микропроцесорите. Само компютрите се считат за краен продукт, тъй като се предлагат на потребителските пазари. Когато Lenovo купува микропроцесори от Intel, икономистите определят микропроцесорите като *междинни стоки, т.е. стоки, които не са предназначени за крайния пазар, а влизат в производството на други стоки или услуги*. БВП изключва продажбата на междинни стоки и услуги, защото, ако те бъдат включени, това ще доведе до отчитането на едни и същи блага по няколко пъти. Например, ако микропроцесорите, които биват продавани на производителите на компютри, са включени в БВП, ние ще преброим един път микропроцесорите, когато са били продадени на производителя на компютри, и след това ще ги преброим отново като компонент на компютрите, когато те бъдат продадени на крайните потребители.

БВП включва само продукция произведена в рамките на държавата.

На следващо място трябва да се обърне внимание, че в определението за БВП се включва само производството в рамките на географските граници на страната. Някои български граждани работят в чужбина, както и много фирми имат офиси или фабрики в чужди страни. Тяхното производство не се отчита при изчисляването на БВП на България. В същото време производството на чуждестранни компании, опериращи в страната, са отчетени в БВП на тази икономика (напр. българската икономика).

БВП включва само продукция, която преминава през организирания пазар.

Трябва да отбележим, че в БВП се отчита най-вече производството на стоки и услуги, които преминават през организирания пазар. Това ограничение изключва много икономически дейности. Например незаконните бизнес дейности не са включени в БВП. По този начин доходите от проституция в Холандия са част от БВП, а проституцията в България е незаконна дейност и приходите от нея не са включени в БВП. Производството и търговията с алкохол в Кувейт не се включва в БВП, тъй като тази дейност е забранена. Докато в България тази дейност е разрешена и влиза в изчислението на БВП. Гаражните продажби не са включени. В БВП не могат да се отчетат и измерят дейности като домакинска работа, домашни ремонти и други. Тези дейности със сигурност водят до производство на стоки или услуги, но нямат пазарна цена, не са остойностени и, следователно, няма как да бъдат отчетени в БВП.

Проблеми при използването на БВП

След като видяхме какво е БВП, нека да разгледаме какво не ни предоставя този индикатор, какви са основните проблеми при използването на показателя.

Брутният вътрешен продукт не е мярка за икономическото благосъстояние на нацията. БВП не е предназначен за измерване на икономическото благосъстояние и не може да се използва с такава цел по редица причини. Поради това, повечето международни сравнителни изследвания използват и други индикатори, а най-често се съставят композитни индекси или индикатори, които включват различни данни за икономическото състояние на държавата.

Ако международните сравнения се основават само на данните за БВП, то те биха били доста подвеждащи, особено когато страните-участници в сравнението се различават значително по това каква част от икономическата активност се провежда на организираните пазари и, съответно, бива включена в БВП. Голяма част от дейностите биват включени в БВП на развитите страни, докато в по-бедните страни много дейности остават извън БВП. Например, в дадена развита държава се предлагат и се ползват много често услуги като почистване по домовете, поддържане на градината пред къщата, почасово отглеждане на деца, докато в по-бедните държави такива дейности не минават през организираните пазари и не са обект на сделка и официално заплащане. Така че, когато сравним техния БВП, ние не сравняваме едни и същи икономически дейности. Много неща, които се броят в БВП на САЩ или Германия, не се броят в брутният вътрешен продукт на много бедни народи, защото те не преминават през пазарите.

Вторият аргумент е, че статистиката за БВП не взема предвид така наречените „сива икономика“ и „черна икономика“. Терминът „сива икономика“ включва извършването на законен бизнес, който обаче се осъществява извън официалните дистрибуционни канали (напр. при плащане на ръка или чрез бартер) с цел да се избегне данъчно облагане. Сивата икономика е сериозен проблем за българската икономика. Съществен проблем е, че нейното обективно измерване е много трудно. По различни оценки сивата икономика в България достига около 30 % от БВП. Когато говорим за „черна икономика“ имаме предвид престъпни дейности извън закона като производство и търговия на наркотици, трафик на хора и други. Дейностите в черния или сивия сектори не могат да бъдат отчетени в БВП.

Както „лошите“, така и „добрите“ блага се отчитат в БВП. Често в резултат на бедствия или национални трагедии, много хора може да останат без домове, национална инфраструктура бива унищожена, производства сринати. Това налага много публични и частни инвестиции за възстановяване на загубите и реконструкция. Тези инвестиции се калкулират в БВП, тъй като представляват създаване на нови блага, но реално не отразяват подобряване на икономическото състояние на съответната държава.

Екологичните разходи не се приспадат в БВП. Много производствени дейности и редица индустрии водят до нежелани отрицателни ефекти върху околната среда. Автомобилите представляват основно средство за транспорт, но те замърсяват атмосферата. Заводите замърсяват реките и езерата, въпреки че произвеждат ценни стоки. Почти всички дейности водят до генериране на отпадъци, които трябва да бъдат

обезвредени или оползотворени. Нито един от тези екологични разходи не се приспада от brutния вътрешен продукт в опит да се даде по-истинска мярка на нетното увеличение на икономическото благосъстояние. Това се дължи на факта, че БВП не измерва националното благосъстояние, а само икономическата активност, случила се чрез организираните пазари през даден период.

Поглед назад

Обобщение

Един от най-важните и най-често използваните макроикономически показатели е brutният вътрешен продукт. Този показател показва каква е сумата от паричните стойности на всички крайни стоки и услуги произведени в дадена икономика за даден период от време. В рамките на това определение трябва да се обърне внимание, че в БВП се включват само крайни стоки и услуги, произведени през съответната година в рамките на държавата и реализирани на организираните пазари.

Като проблем на brutния вътрешен продукт като основен макроикономически индикатор може да се посочи, че той не отчита икономическото благосъстояние, а само икономическата активност. В БВП не се включва също така екологичната цена на икономическия растеж.

Основни понятия

Съвкупен продукт
Брутен вътрешен продукт
Междинни стоки

Икономическо благосъстояние
Икономически растеж
Организираните пазари

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Какви особености трябва да се имат предвид при измерването на БВП?
2. Какви са основните проблеми при използването на БВП като показател за икономическата активност?

Есе

1. Потърсете повече информация за измененията на brutния вътрешен продукт на България през периода 2007 – 2015 г. Какво се случва през 2009 г.³

Библиография и полезни източници:

1. Baumol, William J., Alan S. Blinder (2009). Macroeconomics: Principles and Policy. 11th ed., South-Western Cengage Learning, pp. 87-95.
2. Abel, Andrew B., Ben S. Bernanke, Dean Croushore. (2008). Macroeconomics. 6th ed., Pearson Education, pp. 23-61.
3. Blanchard, Olivier, Alessia Amighini and Francesco Giavazzi. (2010). Macroeconomics: A European perspective. Pearson Education, pp. 38-55.

³ Данни може да намерите на сайта на Националния статистически институт: www.nsi.bg

4. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр.146-178.
5. Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue. (2008). Macroeconomics: Principles, Problems, and Policies. McGraw-Hill, pp.105-124.
6. Сайт на Националното бюро по икономически изследвания, САЩ: <http://www.nber.org/>

Тема осемнадесета: Измерване на brutния вътрешен продукт

Въведение

В рамките на предходната глава въведохме един от най-важните и най-често използваните макроикономически индикатори - brutният вътрешен продукт /БВП/. В рамките на настоящата глава ще разгледаме методите за измерване на БВП. По този начин ще разберем как точно се формира този показател и ще стане още по-ясно какво се включва в него.

В рамките на тази глава ще си отговорим на въпроси като: Как точно се измерва БВП? Защо съществуват повече от един методи за неговото измерване? Каква е разликата между реален и номинален БВП?

Методи на измерване на БВП

Изчисляването на националния доход се базира на идеята, че размерът на икономическата активност, която се регистрира през даден период от време, може да се измерва по отношение на: 1) количеството на произведената продукция, след приспадане на стойността продукцията, използвана в междинните етапи на производство (производствен подход); 2) доходите, получени от производителите на продукция (ресурсно-доходен подход); и 3) размера на разходите от страна на крайните купувачи на продукция (подхода на разходите). Всеки подход дава различна перспектива върху икономиката. Въпреки това основен принцип при отчитането на националното производство е, че, с изключение на проблеми като непълни или неверни данни, и трите подхода дават идентични измервания на размера на текущата икономическа активност.

Производствен метод (метод на добавената стойност)

Нека да си представим, че анализираме дадена икономика, състояща се от само две фирми:

- Фирма 1 произвежда стомана; наема работници и оборудване, които добиват стоманата. Фирмата продава на стоманата на фирма 2 за 10 000 парични единици, която използва тази суровина, за да произведе автомобили. Фирма 1 плаща на своите работници 8000 парични единици и й остават 2000 единици като печалба от дейността.
- Фирма 2 купува стоманата и я използва, наемайки работници и машини, за производство на автомобили. Приходите от продажбите на автомобили са 20 000 парични единици. От тези приходи 10 000 отиват за покупка на стомана и 6500 за заплати на работниците във фирмата. Така остават 3500 единици като печалба на фирмата.

Ако трябва да определите съвкупното производство в тази икономика като сумата от стойностите на всички стоки, произведени в икономиката, какво бихте направили? Вариант 1: сумата от 10 000 парични единици от производството на стомана и 20 000 от производството на автомобили, така че стойността на всичко произведено в тази

икономика би трябвало да е равно на 30 000 парични единици. Вариант 2: калкулира се само стойността на произведените автомобили (= 20 000 парични единици).

Вариант 2 е правилният отговор, тъй като стоманата е междинно благо: тя се използва в производството на автомобили. След като ние отчитаме производството на автомобили, не бихме искали да отчитаме повторно производството на стоките, които влизат в стойността на тези автомобили.

Този метод за анализ стои в основата на определението за БВП. **БВП е стойността на крайните стоки и услуги, произведени в икономиката за даден период.** Тази дефиниция ни дава един начин за изчисление на БВП: чрез записване и добавяне на производството на всички крайни стоки. В случая е налице една стока, която е реализирана на крайния пазар – автомобилите. Стоманата е произведена през този период, но нейната стойност е включена в крайната цена на автомобилите.

Може да се подходи и по друг начин. Този подход се основава на второ, алтернативно определение за БВП: **БВП е сума от добавената стойност в икономиката през съответния период от време.**

Добавената стойност от дадена фирма се определя като разликата между стойността на нейната продукция и стойността на междинните стоки, използвани в производството.

В нашия пример от две фирми компанията, произвеждаща стомана, не използва междинни стоки. Добавената стойност е просто равна на стойността на произведената стомана (=10 000). Автоомобилопроизводителят, обаче, използва стоманата като междинно благо. По този начин, добавената стойност от компанията е равна на стойността на автомобилите, които тя произвежда, минус стойността на стоманата, която използва при производството ($20\,000 - 10\,000 = 10\,000$). Общата добавена стойност в икономиката, или БВП, се равнява на 10 000 единици (добавената стойност от производителят на стомана) + 10 000 (добавената стойност от автоомобилопроизводителя) = 20 000. Това определение ни предоставя втори начин, по който да анализираме и калкулираме БВП.

Ресурсно-доходен метод

Досега разглеждахме БВП от гледна точка на производството. Другият начин на възприемане на БВП е от страна на доходите. Нека да се върнем към нашия пример и да помислим за приходите, които различните групи икономически субекти получават в резултат на своята стопанска дейност, след като се разплатят за междинните стоки, които закупуват. Някои от приходите биват използвани за заплащане на работниците – т.е. това представляват **доходи от труд**. Останалото остава във фирмата като **печалба**. Производителят на стомана получава общо 10 000 единици като приход от продажбата на произведения от него продукт; от тях 8000 единици са използвани за заплати на работниците (приходи от труд на работниците), а останалите 2000 единици представляват печалбата на фирмата. Производителят на автомобили получава 20 000 единици от продажбата на произведения от него продукт. 10 000 от тях са разходвани за закупуването на стомана; останалите 10 000 са разпределени между работниците на фирмата и самата фирма и се явяват техен нетен приход (6500 единици са доходи на работниците от труд; 3500 единици за печалбата на фирмата след като тя се е разплатила с всички нейни контрагенти). Следователно, ако сумираме нетните доходи на участниците на пазара, то ще съберем приходите от труд (8000 единици на работниците от фирма 1 и 6500 единици на работниците от фирма 2) и парите, които се явяват печалба на фирмите след като те са

се разплатили с всички (2000 единици печалба на фирма 1 и 3500 единици печалба на фирма 2). Общата сума е равна на 20 000 единици.

Въз основа на това изчисление можем да дефинираме БВП и като: **сумата на доходите в икономиката през определен период.**

За да можем да измерим БВП по доходния метод трябва да отчетем доходите на всички групи икономически субекти. Те могат да бъдат разделени най-общо на три: 1) домакинства; 2) фирми или частен сектор; 3) държава. Ако трябва да посочим всички нетни доходи на тези три групи, то можем да дефинираме следните приходи:

1. Доходи на домакинствата (или на отделните индивиди):

- 1.1. **Възнаграждения на наетите лица.** Компенсацията на наетите лица е доходът на работниците (с изключение на самонаетите лица) и включва надници, заплати, разходи за персонала (включително вноски от работодателя към пенсионните планове и за социално осигуряване). Тези доходи съставляват най-голяма част от БВП.
- 1.2. **Доход от собственост.** Това са доходите на самонаетите лица, включва както доходите от труд, така и приходите им от други ресурси.
- 1.3. **Рентни доходи.** Това са приходите на лицата, които притежават земя или сгради, които заемат на други. Някои видове доходи, като плащания за авторски права, също са включени в тази категория.
- 1.4. **Нетна лихва.** Нетната лихва е разликата между натрупаните приходи от лихви на дадени лица и лихвените плащания по задължения/ кредити, направени от тези лица.

2. Доходи на фирмите (или на частния сектор):

- 2.1. **Корпоративна печалба.** Корпоративните печалби, спечелени от корпорациите, представляват останалата част от корпоративните приходи след заплащане на заплати, лихви, наеми и други разходи. Част от корпоративната печалба се изземва от държавата под формата на корпоративен данък, а друга част от нея може да се използва за изплащане на дивиденди на акционерите. Останалата част от корпоративната печалба след изплащането на данъци и дивиденди се нарича неразпределена печалба. Корпоративните печалби като цяло са по-скромна част от БВП.

3. Доходи на държавата (или на публичния сектор):

- 3.1. **Косвени данъци.** Това са данъците върху потреблението и вноса. Това са данъка добавена стойност (ДДС), акцизите, митата и други. Тяхната сума се намалява с размера на държавните субсидии, предоставени на бизнеса.
- 3.2. **Оперативен излишък на държавните предприятия.** Оперативният излишък на държавните предприятия по същество е печалбата на фирмите, които са държавна собственост.

В допълнение към основните видове доходи на трите основни групи икономически субекти (домакинства, бизнес и държава) трябва да прибавим и амортизацията на капиталовите ресурси през съответния период и така получаваме брутния вътрешен продукт на държавата през съответния период. **Амортизацията представлява стойността на обезценяването на капитала през даден период от време.**

Частен сектор срещу държавен сектор. Чрез доходния метод измерваме икономическата дейност като сумата от всички доходи, получени в една икономика. Понякога, обаче, икономистите трябва да се знаят колко от общия доход е получен от

частния сектор (домакинства и предприятия) и колко се натрупва в държавния сектор. Например, ако искаме да предвидим какво ще е търсенето на потребителски стоки, полезна би била информацията за доходите в частния сектор, отколкото доходите в икономиката като цяло.

Приходите в частния сектор, известни като частен разполагаем доход, измерват количеството на разполагаемите доходи в частния сектор за текущо потребление. Частният разполагаем доход като цяло е равен на доходите, получени от дейности в частния сектор, плюс плащания от страна на държавата към частния сектор (т.нар. трансферни плащания), минус данъците, платени на правителството. Трансферните плащания, които частният сектор получава от правителството, са тези плащания, които не са обвързани с предоставянето на насрещна услуга или дейност. Такива плащания са например пенсиите, обезщетенията, помощите, които домакинствата получават от държавата.

Разходен метод

Покупката на ново оборудване от дадена фирма, решението да отидете на ресторант или да си купите ново палто, закупуването на училищни чинове от правителството са все решения, които трябва да бъдат взети при отчитането на редица фактори. Така че, ако искаме да разберем какво е търсенето на стоки и услуги, е важно да разглеждаме съвкупното производство (БВП) не само от гледна точка на различните стоки и услуги, които се произвеждат на дадена територия в даден период от време, но и от гледна точка на различните купувачи за тези стоки и услуги и разходите, които те правят, за да ги придобият.

Разлагането на БВП чрез разходния метод е най-често използваният подход за анализ на съвкупното производство в икономиката. Този метод се базира на изчисление на съвкупния продукт чрез разходите на отделните групи икономически субекти за покупка на произведеното.

Разходите, които биват калкулирани, са следните:

1. Потребление (отбелязва се със С от английски език /consumption/). В тази категория разходи влизат всички стоки и услуги, които домакинствата закупуват – храна, самолетни билети, почивки, автомобили, дрехи и така нататък. Потреблението е най-големият компонент на БВП. През 2015 г. той възлиза средно на 56,4% от БВП в ЕС (ЕС-28), като се започне от 30,7% в Люксембург до 69,9% в Гърция⁴. Като цяло, потреблението представлява близо 60% или повече от съвкупния продукт в най-големите европейски икономики (53,9% в Германия, 58,1% в Испания, 55,1% във Франция, 61,0% в Италия и до 65,0% в Обединеното кралство). В България разходите за текущо потребление през 2015 г. представляват 62,5% от БВП за периода. Потребителските разходи са групирани в три категории: 1) дълготрайни потребителски стоки като например автомобили, телевизори, мебели, и по-големи уреди (но не и жилища, които са класифицирани като инвестиции); 2) нетрайни стоки като храна, облекло и горива; 3) услуги като образование, здравеопазване, финансови услуги и транспорт.

2. Инвестиции (I /investments/). Следващият компонент на БВП при изчисление според разходния метод са разходите за инвестиции. Инвестициите представляват сумата от нежилищни инвестиции, закупуването от фирми на нови инсталации или нови машини,

⁴ По данни на Евростат.

както и жилищните инвестиции при закупуването на нови къщи или апартаменти от домакинствата.

Нежилищните и жилищните инвестиции, както и решенията, които стоят зад тях, имат много общи неща. Фирмите купуват машини и инсталации за производство на продукция в бъдеще. Хората купуват къщи или апартаменти, за да получават жилищни услуги в бъдеще. И в двата случая решението да купят зависи от услугите, които тези стоки ще донесат в бъдеще. Разходите за инвестиции възлизат средно на 20% от БВП в ЕС-28 през 2015 г. В България тези разходи съставляват 21,2% от БВП на страната за 2015 г.

3. Правителствени разходи. На трето място идват правителствените разходи (G /government purchases/). Това представляват покупките на стоки и услуги от страна на националните, регионалните и местните власти. Имайте предвид, че G не включва държавни трансфери (например обезщетения за безработица и пенсии) или лихвените плащания по държавния дълг. Въпреки че те очевидно са правителствени разходи, те не са покупки на стоки и услуги. През 2015 г. разходите на правителството съставляват средно 20,5% от БВП на ЕС-28. В България правителствените разходи възлизат на 16,1% от БВП за 2015 г.

Сумата от тези разходи (потребление, инвестиции, правителствени разходи) формира разходите за стоки и услуги направени от местните потребители, местните фирми и правителството. За да може да определим какъв е размера на всички стоки и услуги, които са произведени в икономиката за дадена година, трябва да прибавим и тези стоки и услуги, които са произведени в страната, но са продадени в чужбина (износ, X /export/). Същевременно, част от стоките и услугите, които местните домакинства, фирми и държавни органи са закупили, не са произведени в рамките на тази икономика, а са внесени от чужбина (внос, M /import/). Тяхната стойност трябва да се извади, защото ни интересува каква е паричната стойност на крайните стоки и услуги, **произведени в дадена държава** през периода. Стоките и услугите, които са произведени в чужбина, дори и да са потребени тук, не би трябвало да бъдат калкулирани в БВП.

4. Нетен износ. Разликата между износа и вноса на стоки и услуги (X - M) се нарича **нетен износ**. През 2015 г. износът от ЕС-28 възлиза на 43,8 % от БВП, а реализираният внос се равнява на 40,5 % от БВП, така ЕС има положителен нетен износ равен на 3,3 % от БВП. България традиционно отчита отрицателен нетен износ, т.е. вносът надвишава износа.

Досега разгледахме как да калкулираме произведения продукт на дадена територия чрез разходите, които икономическите субекти правят, за да придобият произведените блага. Тази сума би трябвало да ни даде БВП. Въпреки това не всички стоки и услуги, които са произведени през дадена календарна година, биват продадени/реализирани на пазара през същата година. Когато измерваме БВП, ние се интересуваме от **произведените** крайни стоки и услуги на дадена територия през даден период, т.е. трябва да включим и тези стоки и услуги, които са произведени през този период, но все още не са продадени. Това са т.нар. **стоково-материални запаси**. Те представляват разликата между производството и реализираните продажби. Те биват включени в инвестиционния компонент на БВП.

Дотук разгледахме трите метода за определяне и калкулиране на БВП. Те разглеждат производствената активност в дадена икономика от различни перспективи, но

имат една цел – отчитане на икономическата активност в дадена държава през даден период от време, обикновено година. Независимо дали разглеждаме икономическата активност като сумата на всички произведени крайни стоки и услуги (продуктовия метод), или като доходите, които всички икономически субекти са получили за това, че извършили дадена производствена дейност или са предоставили свои ресурси за производство (доходния метод), или пък като сумата на всички разходи, които сме направили, за да закупим стоки и услуги (разходния метод), накрая трябва да получим един и същи резултат.

Номинален и реален БВП

БВП се състои от огромно разнообразие от стоки и услуги: компютри, автомобили, храни, дрехи, танкове и учебници, балетни спектакли и рок концерти. Как могат да се съчетаят всички тези в едно? За целта трябва да представим всяка стока и услуга в парично изражение, и след това да сумираме техните пазарни стойности. Пазарната цена на всяка стока или услуга се използва като индикатор за нейната стойност в обществото по една проста причина: Някой е готов да плати толкова пари за нея.

Това решение поставя въпроса какви цени да се използват при оценката на икономическата активност. Официалните данни предлагат две възможности за избор. Очевидно можем да оценим всяка стока и услуга по цената, на която е била действително продадена. Ако приложим този подход, резултатът, който ще получим, се нарича номинален БВП, или БВП по текущи цени. Това изглежда напълно разумен избор, но има един сериозен недостатък: номиналният БВП се повишава, когато цените се покачват, дори ако няма увеличение на реално произведеното количество стоки и услуги.

Номиналният БВП е сумата от произведените крайни стоки и услуги умножени по техните текущи цени. От това определение става ясно, че номиналният БВП може да нараства с течение на времето по две причини:

- Производството на повечето стоки се увеличава с времето.
- Цените на повечето стоки също се увеличават с времето.

Ако нашата цел е да измерим съвкупния продукт и неговата промяна с течение на времето, то трябва да премахнем ефекта от евентуално повишаване на цените. Ето защо ще трябва да изчислим **реален БВП**, който се калкулира като сумата от всички произведени стоки и услуги, но умножени по постоянни (вместо текущите) цени.

Например, ако си представим, че в дадена икономика през 2002 г. са произведени 100 000 нови жилища и тяхната цена е била 25 000 лева/жилище, то те допринасят към БВП 2,5 млрд. лева. Ако през 2004 г. в тази икономика отново са произведени същото количество нови жилища 100 000 броя, но цената им вече 30 000 лева, то приносят към БВП възлиза на 3 млрд. лева. Така изглежда, че през 2004 г. тази икономика е произвела повече отколкото през 2002 г., но това не е вярно; 100 000 жилища са си все още 100 000 жилища. Поради тази причина икономистите са измислили алтернативни начини за изчисление, чрез които да коригират промяната в цените. Стоките и услугите, произведени в различни години, биват оценявани по едни и същи цени. Например изчисляваме стойността на новите жилища през 2004 г. по цените на новите жилища от 2002 г. и така получаваме съпоставими данни. Получаваме реалния БВП или БВП по постоянни цени.

Проблемът при конструирането на реалния БВП на практика е, че е очевидно преобразуването трябва да се направи за повече от едно крайно благо. Невъзможно е да се направи такава корекция в цената за всяка отделна стока или услуга. Цените на различните стоки и услуги се променят по различен начин – някои нарастват, други спадат; някои се променят с 10%, други – с 20%. Решението на този проблем е намерено чрез въвеждане на **дефлатора на БВП** - коефициент показващ промяната на относителните цени в икономиката на основата на широка кошница от стоки.

$$\text{дефлатор на БВП} = \text{номинален БВП} / \text{реален БВП} \times 100$$

Дефлаторът на БВП се определя като отношението на номиналния към реалния БВП.

Понятията “номинален БВП” и „реален БВП” имат много синоними и е вероятно да ги срещнете като:

- Номиналният БВП също се нарича БВП по текущи цени.
- Реалният БВП също се нарича БВП по съпоставими цени, БВП коригиран спрямо темповете на инфлация.

Поглед назад

Обобщение

Съществуват три метода за измерване на brutния вътрешен продукт: производствен метод; доходен метод и разходен метод. Независимо от избрания подход, резултатите винаги трябва да са еднакви, защото всеки от методите просто разглежда от различна гледна точка едни и същи процеси и дейности. Най-често използваният подход при анализи и изследвания е методът на разходите. При този подход БВП се изчислява като сумата от разходите за крайно потребление (C), разходите за инвестиции на фирмите (I), държавните покупки (G) и нетния експорт (NX, разликата между износа и вноса на дадена държава).

Ако искаме да имаме съпоставими данни за стойностите на БВП през различни периоди, то трябва да използваме данните за реалния БВП. За целта трябва да коригираме номиналния БВП (или БВП по текущи цени) с индекса на дефлатора на БВП.

Основни понятия

Брутен вътрешен продукт
Производствен метод
Доходен метод

Разходен метод
Добавена стойност
Нетен експорт

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Какво представлява всеки един от трите подхода за изчисление на БВП?
2. Каква е разликата между номинален и реален БВП?
3. Какво е дефлатор на БВП?

Есе

1. Потърсете повече информация за brutния вътрешен продукт на България през периода 2007 – 2015 г., измерен чрез разходния метод. Използвайки данните за БВП по разходния метод, анализирайте при кои компоненти на БВП се забелязват най-големи изменения през годините. Опитайте се да обясните защо.⁵
2. Защо всеки един от трите подхода за измерване на БВП трябва да дава един и същи резултат? Обяснете.

Библиография и полезни източници:

1. Baumol, William J., Alan S. Blinder (2009). Macroeconomics: Principles and Policy. 11th ed., South-Western Cengage Learning, pp. 87-100.
2. Abel, Andrew B., Ben S. Bernanke, Dean Croushore. (2008). Macroeconomics. 6th ed., Pearson Education, pp. 23-61.
3. Blanchard, Olivier, Alessia Amighini and Francesco Giavazzi. (2010). Macroeconomics: A European perspective. Pearson Education, pp. 38-55.
4. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр.146-178.
5. Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue. (2008). Macroeconomics: Principles, Problems, and Policies. McGraw-Hill, pp.105-124.
6. Сайт на Националното бюро по икономически изследвания, САЩ: <http://www.nber.org/>.
7. База данни за всички страни от ЕС на Европейската статистическа служба, Eurostat: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>.
8. Блог към Real World Economics Review, където публикуват световно известни икономисти: <https://rwer.wordpress.com/>

⁵ Данни може да намерите на сайта на Националния статистически институт: www.nsi.bg

Тема деветнадесета: Съвкупно предлагане

Въведение

В тази глава ще бъде дадено определение за понятието „съвкупно предлагане“. Чрез въвеждането и анализа на основните характеристики на съвкупното предлагане може да се определят основните фактори, които влияят върху икономическата активност в краткосрочен и дългосрочен план. В рамките на главата ще разгледаме и причините, които определят промените в съвкупното предлагане в кратко- и дългосрочен план.

Усвояването на тези знания ще спомогне за правилното разбиране на основните проблеми на макроикономиката – икономически растеж и безработица, и ефектите от текущи промени при тях.

Предлагано количество и предлагане

Съвкупното предлагано количество е всичко, което фирмите планират да произведат като краен продукт или услуга през даден период от време (напр. през дадена година). Казано накратко, съвкупното предлагано количество през даден период от време представлява предлаганото количество реален БВП. Колко точно ще са готови да произведат фирмите през даден период от време се определя от количеството на ресурсите, които се използват в производството – количеството на наетата работна ръка, количеството на използваните капиталови ресурси, както и нивото и състоянието на използваните технологии.

Ако трябва да анализираме съвкупното предлагано количество в даден конкретен момент, то можем да го направим чрез отчитане на количеството заети ресурси. В даден конкретен момент количеството на капиталовите ресурси и нивото на използваните технологии може да се приемат за фиксирани, защото тяхното количество и качество са резултат от предходни решения, взети в отминал момент, а промяната им изисква време и целенасочени инвестиции.

Това, което подлежи на промяна в краткосрочен план, е количеството труд, което е заето в икономиката. Вярно е, че броят на населението в краткосрочен план не подлежи на големи промени, но в зависимост от редица фактори броят на хората, които работят, може да се променя. Най-общо можем да кажем, че в даден момент пазарът на труда може да се намира в някое от следните три състояния: 1) състояние на пълна заетост; 2) под пълна заетост; 3) над пълна заетост. Логично възниква въпросът какво означава „пълна заетост“.

Пълна заетост в дадена икономика е постигната, когато всички, които желаят и могат да работят, могат да си намерят работа. Важно е да отбележим, че функционирането на икономиката при пълна заетост не означава, че няма никаква безработица. Не е възможно постигането на нулева безработица. За да обясним защо е така, трябва да разгледаме причините хората да са безработни и да разграничим няколко вида безработица.

Във всеки един момент има хора, които са между две работни места. За кратък период от време те биват без работа, но в никакъв случай това не може да се приеме за проблем. Този тип безработни представляват т. нар. *фрикционна безработица*.

Хората, които притежават умения и квалификация, които вече не се търсят на пазара на труда, остават без работа и трябва да се преквалифицират, за да работят отново. Този тип безработица се нарича **структурна безработица**.

Третият вид безработица е **цикличната безработица**, чийто анализ и изследване заема голяма част от вниманието на икономистите. Цикличната безработица се повишава, когато нивото на икономическа активност намалява в периоди на рецесия, а в периоди на икономически подем е нулева. В рамките на двадесет и четвърта глава тези видове безработица са разгледани по-подробно.

Когато макроикономистите говорят за поддържане на "пълна заетост", те имат предвид ограничаване на безработицата до фрикционния и структурния ѝ компоненти. Във връзка с посоченото, **предлаганото количество съвкупен продукт в даден период от време може да се променя в зависимост от това дали икономиката оперира при пълна заетост, под или над пълна заетост**. Когато е достигната пълна заетост, предлаганото количество реален БВП се нарича **потенциален БВП**. Това наименование произтича от разбирането, че в тази ситуация икономиката е достигнала своя потенциал – всички нейни ресурси за заети; свободните трудови ресурси или ще бъдат наети много скоро (фрикционно безработните), или трябва да се променят, което изисква време (структурно безработните).

Съвкупното предлагане представлява връзката между предлаганото количество на реалния БВП и ценовото равнище в дадена икономика. Съвкупното предлагане се отбелязва с *AS (aggregate supply)*. Тази връзка може да се анализира в краткосрочен и в дългосрочен план, тъй като има различия в поведението на изследваните променливи.

Съвкупно предлагане в краткосрочен период

Когато изследваме съвкупното предлагане в дадена икономика в краткосрочен план, имаме предвид периода, през който **нивото на заплатите е фиксирано**, защото обикновено нивото на трудовите възнаграждения е обект на договаряне в предходни периоди и тяхното предоговаряне отнема известно време. Освен това, **цените на другите производствени ресурси са фиксирани**.

Както вече споменахме, в краткосрочен план дадена икономика може да оперира при пълна заетост, под или над пълна заетост. Когато икономиката функционира при пълна заетост, тогава тя е достигнала нивото на потенциалния БВП. Когато разглеждаме съвкупното предлагане в краткосрочен план, приемаме, че **нивото на потенциалния БВП не може да се променя**. Това се дължи на обстоятелството, че броят на населението е относително постоянен. Промяната на капиталовите ресурси и технологиите също изисква време.

Фигура 19.1. показва кривата на съвкупното предлагане в краткосрочен план (*short-run aggregate supply, SRAS*). По *x*-оста е изобразено нивото на реалния БВП, а по *y*-оста – ценовото равнище в икономиката.



Фигура 19.1. Съвкупно предлагане в краткосрочен план.

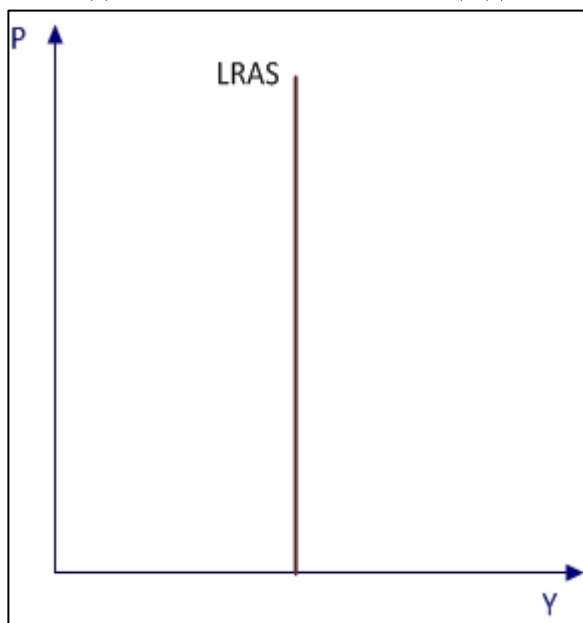
Можем да отделим три части от кривата:

- 1) Първоначално, когато голяма част от наличните ресурси в икономиката все още не са заети, реалният БВП се увеличава без това да води до изменения в общото ценово равнище. Движейки се по кривата на съвкупното предлагане надясно, все по-голяма част от свободните ресурси биват използвани, което води до повишаване предлаганото количество съвкупен продукт, но ръстът в производството все още не води до ценови промени. Икономиката оперира под пълна заетост.
- 2) Във втората част от кривата все още има незаети ресурси, но тяхното количество е все по-малко. В тази част от кривата се доближаваме и достигаме момента на пълна заетост; достигаме потенциалния БВП. Все по-трудното намиране на подходящи свободни ресурси води до намаляваща възвръщаемост от тях. Общото ценово равнище в икономиката започва да нараства.
- 3) Икономиката е достигнала пълна заетост и липсва свободен капацитет за нарастване на съвкупното производство. Общото ценово равнище нараства, но това не води до промени в съвкупния продукт, тъй като няма свободни ресурси за повишаване на реалния БВП. Когато икономиката се намира във вертикалния участък от кривата на съвкупното предлагане, казваме, че тя оперира над пълна заетост.

Съвкупно предлагане в дългосрочен план

Кривата на съвкупното предлагане в дългосрочен план отново показва връзката между предлаганото количество съвкупен продукт и общото ценово равнище. В дългосрочен план обаче **условията за фиксираност на ценовите равнища на ресурсите не са налице**. Например в дългосрочен план трудовите възнаграждения на заетите лица се променят с цел да се адаптират към натрупаните текущи промени в цените на крайните

стоки и услуги. Ако през дадена година темпът на инфлация е 10%, т.е. общото ценово равнище е нараснало с 10%, а заплатите останат същите, то това ще означава, че покупателната способност на заетите реално ще намалее. Поради това в дългосрочен план може да се очаква заплатите също да се повишат с поне 10%.



Фигура 19.2. Съвкупно предлагане в дългосрочен план

На фигура 19.2. е изобразена дългосрочната крива на съвкупното предлагане (*long-run aggregate supply, LRAS*). Тя е вертикална и е на нивото на потенциалния БВП, т.е. **в дългосрочен план съвкупното предлагане винаги ще бъде на ниво, съответстващо на съвкупния продукт при пълна заетост на ресурсите без значение ценовите изменения.**

Липсата на изменения при съвкупното предлагане в дългосрочен план при промяна на ценовото равнище се дължи именно на обстоятелството, че цените на ресурсите (най-вече на работната заплата) се променят в съответствие с ценовите промени на пазара на крайни стоки и услуги. По този начин **реалната** заплата не се променя и нивото на заетостта остава постоянно; реалният БВП също не се изменя и остава на нивото на потенциалния БВП.

Промени в съвкупното предлагане

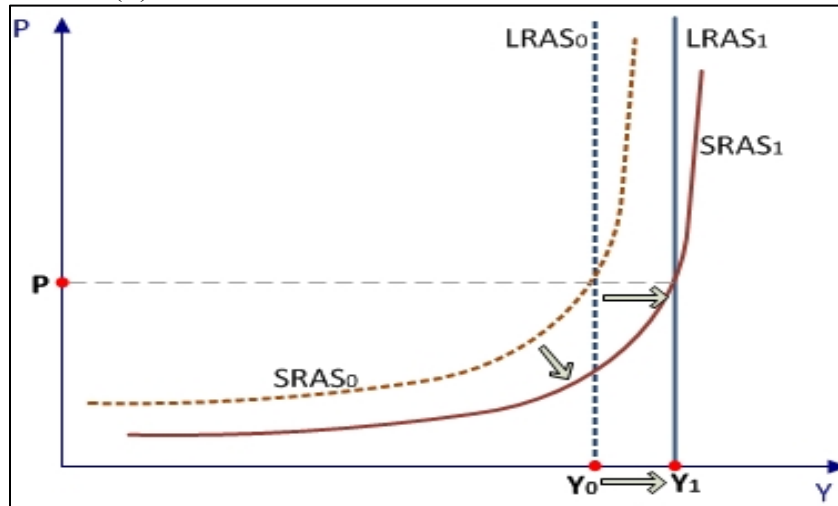
Когато ценовото равнище се променя, се променя съвкупното предлагано количество, както вече беше показано чрез краткосрочната крива на съвкупното предлагане. Обърнете внимание, че промените в общото ценово равнище водят до изменение на съвкупното предлагано количество, но не и до промяна в съвкупното предлагане.

Съвкупното предлагане може да се промени под въздействието на два фактора: 1) промяна на потенциалния БВП; 2) промяна в нивото на заплатите. Тези два фактора влияят директно върху производствените планове и капацитета на частния сектор и поради това водят до промяна на съвкупното предлагане, което се изобразява чрез изместване на кривата на съвкупното предлагане (а не движение по нея). Нека да разгледаме всеки един от посочените фактори по-подробно и да видим как точно влияят.

Промени в потенциалния БВП

Нарастването на потенциалния брутен вътрешен продукт (увеличение на реалния съвкупен продукт при пълна заетост) ще доведе до увеличение на съвкупното предлагане, както в краткосрочен, така и в дългосрочен план. На фигура 19.3. е изобразена промяната – кривите на съвкупното предлагане в кратко- и дългосрочен план се изместват надясно ($SRAS_0$ към $SRAS_1$; $LRAS_0$ към $LRAS_1$). Това изместване показва, че икономиката ще достигне потенциала си при пълна заетост (Y_1) при по-високи от предходните нива на

реалния БВП ($Y_0 < Y_1$), без да се наблюдават промени в общото ценово равнище спрямо началното положение (P).



Фигура 19.3. Промяна в съвкупното предлагане при нарастване на потенциалния БВП.

Потенциалният БВП представлява максимума, който икономиката може да произведе при пълна заетост на ресурсите (спомнете си, че това не означава, че безработицата е 0), следователно потенциалният БВП може да се промени, ако количеството или качеството на ресурсите се промени. Това означава, че може да определим три основни причини за нарастване на потенциалния БВП:

- 1) Увеличение на работната ръка – ако работната ръка се увеличи от 5 млн. души до 6.5 млн. души, логично те ще произвеждат повече, ако всички, които искат и могат да работят, имат работа.
- 2) Увеличение на капиталовите ресурси – колкото повече капиталови ресурси биват използвани, толкова по-продуктивен е труда и по-голям е потенциалния БВП. Тук включваме и промени в човешкия капитал; повишаване и подобряване на уменията и квалификацията на трудовите ресурси. Колкото по-високо образовано е дадено общество, толкова по-висок е потенциалния БВП.
- 3) Технологичен напредък/прогрес – технологичният напредък и иновациите позволяват да се произвежда повече с ресурсите, с които разполагаме. В резултат на развитието на технологиите можем да имаме все повече, все по-евтино и все по-добро. Логично, технологичният напредък води до повишаване на потенциалния БВП.

Промени в нивото на заплатите

Другият фактор, който води до промяна на съвкупното предлагане, е изменението на нивото на цените на ресурсите (на трудовия пазар – нивото на заплатите). Когато цените на ресурсите се променят, се променя съвкупното предлагане в краткосрочен план (краткосрочната крива на съвкупното предлагане се измества), но съвкупното предлагане в дългосрочен план не се променя, тъй като ценовите промени нямат ефект върху дългосрочното предлагане и нивото на потенциалния брутен вътрешен продукт.



Фигура 19.4. Промяна на съвкупното предлагане при повишаване на разходите за производство.

възстановява на предишните нива. Отново е постигнат потенциалния БВП, но с цената на инфлация (повишаване на цените на крайните стоки и услуги).

Фигура 19.4. илюстрира ефекта от повишение на цените на ресурсите (което повишава разходите за производство) върху съвкупното предлагане. Повишението на заплатите (разходите на фирмите за труд) води до изместване на краткосрочната крива на съвкупно предлагане нагоре (от $SRAS_0$ към $SRAS_1$). Съвкупното предлагане в краткосрочен план намалява; реалното производство намалява, защото разходите на фирмите за производство нарастват. С времето промяната в цените на ресурсите се отразява и на цените на крайните стоки и услуги. Общото ценово равнище се повишава (от P_0 към P_1) и с това съвкупното производство се

Поглед назад

Обобщение

Съвкупното предлагане представлява връзката между предлаганото количество на реалния БВП и ценовото равнище в дадена икономика. Съвкупното предлагане се отбелязва с AS (aggregate supply). Когато изследваме съвкупното предлагане в дадена икономика в краткосрочен план, имаме предвид периода, през който нивото на заплатите е фиксирано. Във връзка с това, краткосрочната крива на съвкупно предлагане има три части: 1) нарастване на предлаганото количество без ценови изменения, когато икономиката оперира под пълна заетост; 2) достигане на потенциалния БВП, пълна заетост; 3) нарастване на ценовото равнище без изменение на съвкупното производство, над пълна заетост. В дългосрочен план съвкупното предлагане не се влияе от промени в ценовото равнище и е на нивото на потенциалния БВП.

Основни понятия

Съвкупно предлагане

Дългосрочна крива на съвкупно предлагане

Краткосрочна крива на съвкупно предлагане

Циклична безработица

Пълна заетост

Потенциален БВП

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Кога икономиката достига потенциалния си БВП? Как той може да се увеличи?
2. Защо дългосрочната крива на съвкупното предлагане е вертикална?
3. Кои са основните фактори за нарастване на потенциала на икономиката?

Есе

1. Анализирайте кое от посочените може да доведе до повишаване на потенциала на икономиката: 1) повишаване на минималната работна заплата; 2) образователна реформа, която подобрява качеството на образователната система. Обосновете се.

Библиография и полезни източници:

1. Parkin, Michael (2011). Macroeconomics. 11th ed., Pearson Education, pp. 241-264.
2. Case, Karl E., Ray C. Fair, Sharon M. Oster (2012). Principles of Macroeconomics. 10th ed., Prentice Hall, pp. 247-268.
3. Baumol, William J., Alan S. Blinder (2009). Macroeconomics: Principles and Policy. 11th ed., South-Western Cengage Learning, pp. 153-220.
4. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр. 269-297.
5. Ракарова, С., Ст. Стефанов. (2014). Пътеводител по макроикономика. Нов български университет, стр. 181-203.

Тема двадесета: Съвкупно търсене и макроикономическо равновесие.

Въведение

В тази глава ще бъде дефинирано понятието „съвкупно търсене“ и ще разгледаме факторите, които определят съвкупното търсене в дадена икономика. Наред с това ще съчетаем силите на търсене и предлагане на макрониво, за да изследваме начините на постигане на макроикономическо равновесие в кратко- и дългосрочен план.

Анализът на постигането на макроикономическо равновесие в краткосрочен и дългосрочен план позволява да получим по-добра представа за някои от основните проблеми на макроикономиката – фазите на бизнес цикъла и техния непосредствен ефект и коригиране; икономическия растеж; инфлацията, безработицата.

Съвкупно търсене

Ако съвкупното предлагане ни показва колко ще се произведе в икономиката, то съвкупното търсене ни дава другата гледна точка за икономиката – колкото ще се закупи при дадено ценово равнище. Отбелязва се с AD (*aggregate demand*).

Търсеното количество реален брутен вътрешен продукт представлява сумата от крайните стоки и услуги, които домакинствата, фирмите и държавата са готови да закупят. Следователно съвкупното търсено количество се формира от сумата на реалните разходи за потребление, за инвестиции и за държавни покупки. Вече споменахме, че част от произведеното в дадена икономика се продава в чужбина (износ), а част от потребеното в дадена държава е произведено другаде (внос), така че към тези разходи трябва да прибавим и нетния експорт (износът минус вноса). Формулата е следната: $AD=C+I+G+NX$.

Колко точно ще са готови да закупят всички изброени групи зависи от редица фактори. Ефект върху потребителските планове на тези групи имат: нивото на доходите, както в чужбина, така и в съответната икономика; очакванията за бъдещите цени; политиките в икономическата сфера, които държавата прилага. Със сигурност можем да посочим и още, но за да разберем по-добре как и защо съвкупното търсено количество се променя при промяна на ценовото равнище в икономиката, ще приемем, че всички останали фактори, които определят потребителските планове, не се променят (при равни други условия).

Промени в съвкупното търсено количество

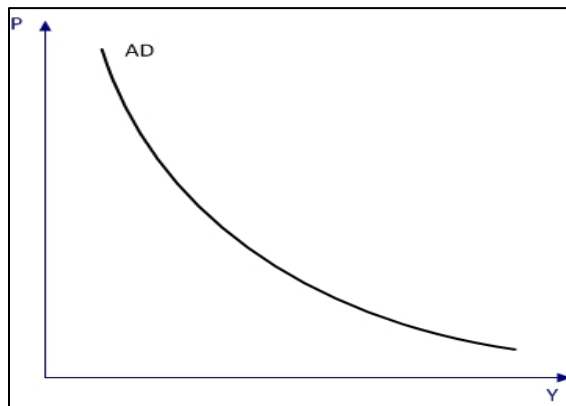
При равни други условия, **повишението на общото ценово равнище води до намаление в съвкупното търсено количество, а намалението на цените води до повишение на съвкупното търсено количество**. Можем да обясним тази обратна връзка чрез действието на няколко ефекта:

- 1) **Ефект на богатството** – спадането на цените на крайните стоки и услуги прави притежателите на пари (или други финансови активи) по-богати, защото със

средствата, с които разполагат, те купуват повече стоки и услуги. Когато равнището на цените нараства, но доходите остават същите, *реалното* богатство намалява.

- 2) **Ефект на лихвения процент** - ниското ценово равнище води до увеличаване на реалната стойност на парите; банките имат повече пари да отпускат заеми и лихвените проценти падат, което води до увеличаване на разходите за инвестиции (които са компонент на съвкупното търсене) и оттам съвкупното търсено количество нараства.
- 3) **Международен ефект** - при спад на ценовото равнище в България (ако приемем, че обменните курсове не се променят), нетният износ ще се увеличи. Как точно се случва това? Спадът в ценовото равнище в България ще доведе до относително поевтиняване на нашите стоки спрямо чуждестранните. Следователно, българските стоки ще станат по-конкурентни на международните пазари и на вътрешния пазар. Българският износ ще нарасне, а вносът ще намалее. Това означава, че нетният експорт ще се увеличи (а той е компонент на съвкупното търсене).
- 4) **Мултиплициращ ефект** - първоначалните промени в разходите привеждат в движение процес в икономиката, който усилва първоначалните ефекти. Това се нарича мултиплициращ ефект. Да дадем един пример: да кажем, че равнището на цените в България се увеличава. При равни други условия, износът ще падне, а вносът ще се повиши. Българските фирми ще започнат да губят продажби и ще трябва да свият производството си. Това означава и освобождаване на част от наетия персонал. Доходите на домакинствата ще паднат и те ще започнат да купуват по-малко. Това отново ще доведе до необходимост от намаляване на производството от страна на фирмите и така нататък.

Комбинираното действие на тези ефекти обяснява отрицателната връзка между съвкупното търсено количество и ценовото равнище, която е отразена и в наклона на кривата на съвкупното търсене (фигура 20.1.). Промяната на някой от тези фактори води до движение нагоре или надолу по кривата на съвкупното търсене и промяна на съвкупното търсено количество.



Фигура 20.1. Съвкупно търсене

Промени в съвкупното търсене

Освен промяната в ценовото равнище, има редица други фактори, които променят потребителските и инвестиционните планове на домакинствата, фирмите, държавата и

чуждестранните потребители. Тези фактори водят от промяна в съвкупното търсене (и изместване на кривата на съвкупното търсене наляво или надясно). Основните такива фактори са:

- **Очаквания:** очакванията за нарастване на бъдещите доходи увеличава количеството на потребителски стоки, които хората планират да купуват днес, и увеличава съвкупното търсене. Също така, очаквания за бъдещо нарастване на инфлацията увеличава съвкупното търсене днес, защото хората решават да купуват повече стоки и услуги при днешните сравнително по-ниски цени. Ако очакванията на фирмите са за бъдещи печалби, то те ще увеличават инвестициите, които планират да предприемат днес.
- **Политики на държавата.** Тук обръщаме внимание на фискалната и паричната политики. Фискалната политика има два компонента: данъчна и бюджетна политики. Намаление на данъците или увеличаване на трансферните плащания увеличава съвкупното търсене, защото се увеличава разполагаемият доход на домакинствата. Колкото по-голям е разполагаемият доход, толкова по-голямо е количеството на потребителски стоки и услуги, които домакинствата планират да купуват, и по-голямо е съвкупното търсене. Правителствените разходи за стоки и услуги (планирани в държавния бюджет) са един от компонентите на съвкупното търсене, така че увеличение на държавните разходи води до увеличаване на съвкупното търсене. Чрез паричната политика централната банка се опитва да влияе върху икономиката чрез промяна на лихвените проценти и количеството на парите в икономиката. Увеличаване на количеството пари в икономиката повишава съвкупното търсене чрез два основни канала: 1) понижава лихвените проценти; 2) прави получаването на кредит по-лесно. С по-ниски лихви фирмите планират по-високо ниво на инвестиции в нов капитал и домакинствата планират по-големи разходи за нови стоки.
- **Промени в международен план:** когато нашите търговски партньори са в рецесия, търсенето на български стоки (износ) ще падне. Кривата на съвкупното търсене се измества наляво. Когато валутата на една страна губи стойност спрямо други валути, износьт на стоки, произведени в тази страна, става все по-евтин. Вносьт в тази страна става по-скъп. Кривата на AD ще се измести надясно.

Макроикономическо равновесие. AS-AD модел

AS-AD моделът представлява комбиниране на кривите на съвкупното предлагане (AS) и на съвкупното търсене (AD), за да видим кога се постига равновесие между тях, т.е. да определим реалния БВП и ценовото равнище при равновесие. **Целта на AS-AD модела е да обясни промените в реалния БВП и равнището на цените и, по-конкретно, колебанията на тези променливи, когато те са резултат от промени в бизнес цикъла.** Тъй като разграничихме две времеви рамки за съвкупното предлагане (в краткосрочен и в дългосрочен план), имаме и две времеви рамки при анализиране на макроикономическото равновесие.

Макроикономическо равновесие в краткосрочен период

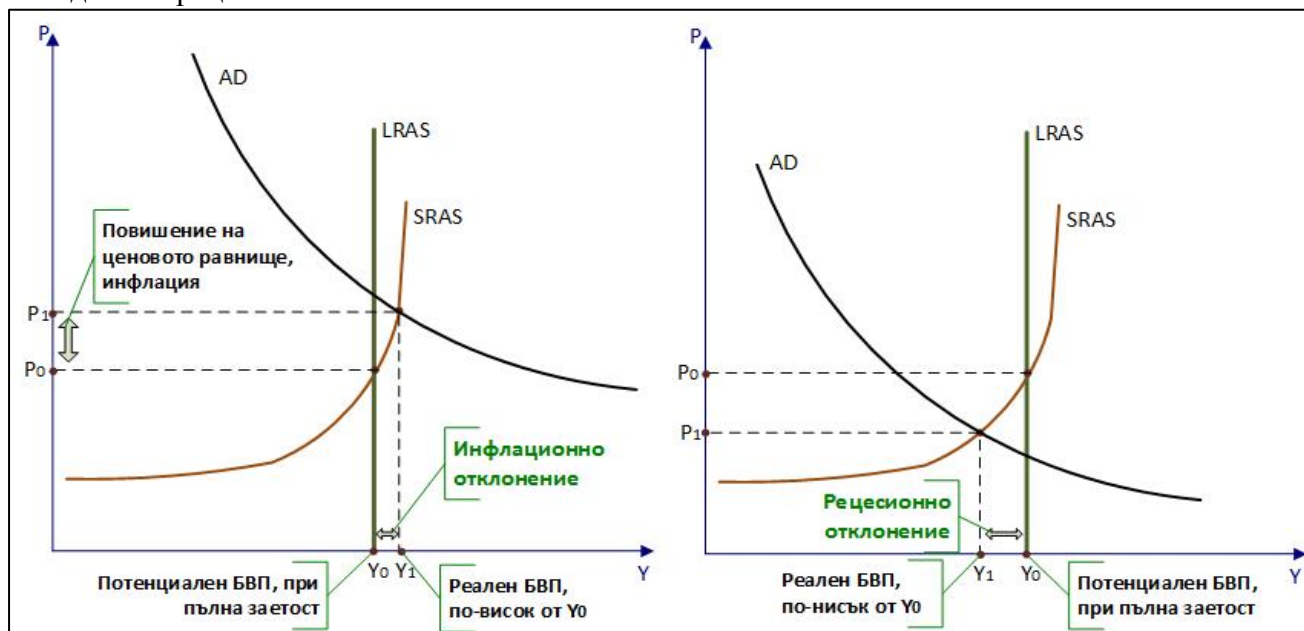
В краткосрочен план макроикономическото равновесие е налице, когато предложеното количество на реалния БВП е равно на търсеното количество на реалния БВП. Това означава, че в краткосрочен план макроикономическото равновесие възниква в точката на пресичане на кривите AD и SRAS.

Цените на ресурсите в краткосрочен план са фиксирани и не реагират на промени в общото ценово равнище на крайните стоки и услуги. Например, заплатите не се коригират с цел придвижване на икономиката към състояние на пълна заетост. Така, че в краткосрочен план реалният БВП може да бъде по-голям или по-малък от потенциалния БВП.

Икономическият цикъл се случва, защото съвкупното търсене и предлагане в краткосрочен план се колебаят, но нивото на заплатите не се коригира достатъчно бързо, за да се запази нивото на реален БВП на нивото на потенциалния БВП.

Равновесие на съвкупното търсене и съвкупното предлагане при заетост на нива над нивата на пълна заетост води до нива на реалния БВП надхвърлящи потенциалния БВП, отклонението от потенциалния БВП се нарича **инфлационно отклонение (разрив)**. Тогава казваме, че икономиката „прегрява“.

Когато реалният БВП (където съвкупното търсене и съвкупното предлагане се пресичат) е под потенциалния БВП (равновесие при нива на заетостта под пълна заетост), отклонението от потенциалния БВП се нарича **рецесионно отклонение (разрив)**. Това е период, по време на който се наблюдава т.нар. циклична безработица. Икономиката е в спад или в рецесия.



Фигура 20.2. Инфлационно и рецесионно отклонение.

Ще се спрем по-подробно върху бизнес цикъла (или икономическия цикъл), неговите фази и характеристики в следващата глава.

Макроикономическо равновесие в дългосрочен период

В дългосрочен план е постигнато макроикономическо равновесие, когато реалният БВП е равен на потенциалния БВП. В дългосрочен план те винаги са равни, т.е. **в**

дългосрочен план икономиката винаги оперира на потенциала си, при пълна заетост на ресурсите. Това се обяснява с коригирането на цените на ресурсите съобразно текущите промени в ценовото равнище на крайните стоки и услуги.

Нека да илюстрираме с един кратък пример. Нека да кажем, че през даден период икономиката прегрява; това означава, че тя функционира при свръхзаетост на ресурсите (над пълна заетост). Реалният БВП е над потенциалния БВП. Това състояние води по постепенно повишаване на нивото на заплатите (разходите за труд на фирмите се повишават), затова съвкупното производство (предлагането) се свива и равновесието е възстановено на нивото на потенциалния БВП. Ако икономиката функционира под потенциала си, безработицата е по-висока и нивото на заплатите намалява. Съвкупното предлагане нараства и отново потенциалният БВП е постигнат.

Използвайки модела AS-AD можем да дадем дефиниция за един от основните проблеми на макроикономиката – икономическия растеж. Икономическият растеж е резултат от увеличаващи се ресурси (напр. работна сила) и от повишаване на производителността на ресурсите, които заедно водят до растеж на потенциалния БВП. Следователно, икономическият растеж се обяснява като увеличаване на съвкупното предлагане в дългосрочен план (изместване на дългосрочната (LRAS) и краткосрочната (SRAS) криви на съвкупното предлагане надясно).

Поглед назад

Обобщение

Съвкупното търсене се отбелязва с AD (*aggregate demand*). Съвкупното търсено количество се формира от сумата на реалните разходи за потребление, за инвестиции, за държавни покупки и нетен експорт. При равни други условия, повишението на общото ценово равнище води до намаление в съвкупното търсено количество, а намалението на цените води до повишение на съвкупното търсено количество. Можем да обясним тази обратна връзка чрез ефекта на богатството; ефекта на лихвения процент; международния ефект и мултиплициращия ефект

Прилагайки модела AS-AD за макроикономическо равновесие в краткосрочен и дългосрочен план, получаваме информация за ефектите от бизнес цикъла върху икономическата активност. За целта са въведени термините „инфлационно отклонение“ и „рецесионно отклонение“. Икономическият растеж също може да бъде обяснен чрез модела.

Основни понятия

Съвкупно търсене

Ефекти на богатството и на лихвения процент

Международен и мултиплициращ ефект

Макроикономическо равновесие

Рецесионно отклонение

Инфлационно отклонение

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Кои са ефектите, чието действие определя отрицателния наклон на кривата на съвкупното търсене? Обяснете всеки един от тях.

2. Какво е рецесионно отклонение и инфлационно отклонение?

Есе

1. Какви са последствията за хората при отклонение на реалния БВП от потенциалния БВП в краткосрочен план?
2. Защо в дългосрочен план икономиките винаги функционират на нивото на потенциалния БВП?

Библиография и полезни източници:

1. Parkin, Michael (2011). Macroeconomics. 11th ed., Pearson Education, pp. 241-264.
2. Case, Karl E., Ray C. Fair, Sharon M. Oster (2012). Principles of Macroeconomics. 10th ed., Prentice Hall, pp. 247-268.
3. Baumol, William J., Alan S. Blinder (2009). Macroeconomics: Principles and Policy. 11th ed., South-Western Cengage Learning, pp. 153-220.
4. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр. 269-297.
5. Ракарова, С., Ст. Стефанов. (2014). Пътеводител по макроикономика. Нов български университет, стр. 181-203.

Тема двадесет и първа: Циклично развитие на икономиката

Въведение

Една от задачите, които икономистите имат, е свързана с наблюдение, предвиждане и управление на *циклите на подем и спад*, които характеризират икономическата активност. В рамките на тази глава ще анализираме именно периодите на икономически подем и спад, техните особености и ефектите, които имат върху икономическата активност. Това е особено важно, защото доброто познаване на факторите, които водят до цикличното поведение на икономиката, позволява обяснение на явления като безработицата и инфлацията, които пряко влияят на нашия живот, просперитета и благосъстоянието на икономиката.

Изследването на бизнес цикъла е основен проблем в макроикономиката, защото колебанията на бизнес цикъла, възходите и спадовете в общата икономическа активност се усещат навсякъде. Когато икономиката расте бързо, този просперитет се споделя от повечето индустрии в икономиката и от работниците и собствениците на капитал. Когато икономиката отслабва, в повечето сектори на икономиката се наблюдава спад в продажбите и производството, работниците биват уволнени или принудени да работят на непълно работно време. Тъй като ефектите от бизнес цикъла са толкова широко разпространени и поради това, че икономическият спад може да предизвика повсеместни затруднения, икономистите се опитват да намерят причините за тези колебания и да определят какво може да се направи, за да ги неутрализират.

Определение за бизнес цикъл

Най-общо многократното редуване на периоди на икономическа експанзия с периоди на временен икономически спад, последвани от възстановяване, е известно като бизнес цикъл.

Държавите винаги са изпитвали подеми и спадове в цялостната икономическа дейност. Икономистите измерват и проучват тези колебания в продължение на повече от век. Маркс и Енгелс говорят за "търговски кризи", ранен термин за бизнес цикъла, в Манифеста на комунистическата партия през 1848 г. В САЩ Националното бюро за икономически изследвания (NBER), частна организация на икономисти с идеална цел, основана през 1920 г., за пръв път изследва бизнес цикъла. До днес NBER развива и продължава да актуализира хронология за бизнес циклите, подробна история на бизнес циклите в САЩ и другите страни. NBER също спонсорира много проучвания на бизнес цикъла. Забележително проучване по този въпрос представлява книгата на Артър Бърнс (председател на Федералния резерв от 1970 до 1978 г.) и Уесли Мичъл (основател на NBER) от 1946 „Измерване на икономическите цикли“ /“Measuring Business Cycles“/. Тази книга е сред първите, документиращи и анализиращи емпирични факти за бизнес цикъла. Тя започва с следното определение: ***Бизнес циклите са колебание в съвкупната икономическа активност на държавите, където икономическите дейности са организирани основно чрез бизнес предприятия. Цикълът се състои от експанзия (подем), настъпваща по едно и също време в много икономически дейности, следвана***

от обща рецесия или свиване, след което следва периода на възстановяване, който се слива с етапа на експанзия на следващия цикъл; тази последователност на етапите е повтаряща се, но не е периодична; по продължителност бизнес циклите варират от повече от една година до десет или дванадесет години.

Трябва да обърнем специално внимание на пет аспекта, споменати в определението, за да си обясним напълно какво представлява бизнес цикъла.

1. Засяга съвкупната икономическа активност. Бизнес циклите са съпътствани от колебания на съвкупната икономическа дейност, а не от колебания от една единствена, определена икономическа променлива, като например реалния БВП. Въпреки, че реалният БВП е показателят, чрез който най-често се измерва съвкупната активност, важно е да се отчитат и други показатели, като заетост или финансови показатели, за да се анализира съвкупната икономическа дейност.

Две характеристики на цикличното поведение на макроикономическите променливи са важни. Първата от тях е посоката, в която макроикономическите променливи се движат спрямо посоката на съвкупната икономическа дейност. Една икономическа променлива, която се движи в същата посока като съвкупната икономическа активност (когато съвкупната икономическа активност нараства, тази променлива също расте, и обратно), тази променлива е **проциклична**. Променлива, която се променя в обратна посока при дадено изменение на икономическата активност, се нарича **антициклична**.

Втората характеристика е реакция/ промяна на променливата спрямо фазите на бизнес цикъла. Една икономическа променлива е **водеща** променлива, ако тя е склонна да се променя преди съответните промени в съвкупната икономическа дейност. С други думи, върховете и спадовете при водещата променлива се появяват преди съответните върхове и спадове в бизнес цикъла. **Изоставаща** променлива е тази, чиито върхове и спадове са склонни да се появяват по-късно от съответните подеми и спадове в бизнес цикъла.

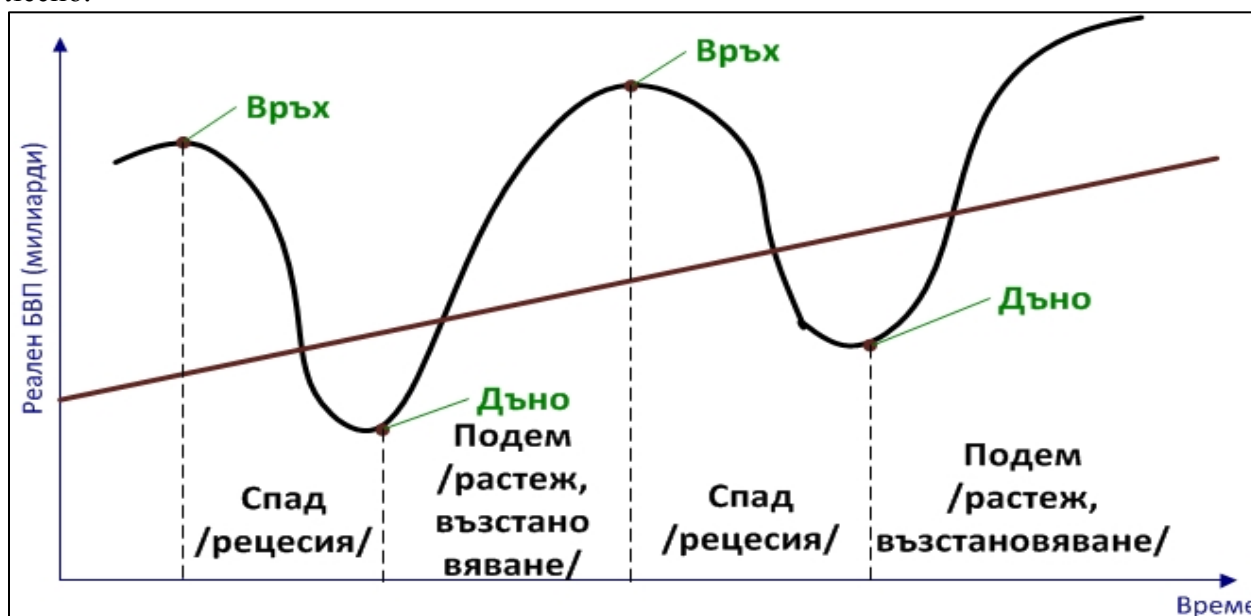
Въпреки, че бизнес цикълът се усеща навсякъде в икономиката, неговите етапи се отразяват на различните сектори по различни начини и в различна степен.

Фирмите и отраслите, произвеждащи капиталови стоки (например жилища, бизнес сгради, тежка техника и селскостопански инвентар) и дълготрайни потребителски стоки (например автомобили, компютри, хладилници, телевизори) обикновено са най-засегнати от бизнес цикъла. По време на икономическа криза/спад фирмите обикновено отлагат покупката на дълготрайни активи и инвестиционната си дейност. Тъй като икономиката е в период на спад, производителите често забавят закупуването на ново оборудване и изграждането на нова материална база, тъй като перспективите за бъдещето просто не гарантират достатъчна възвръщаемост на инвестициите. В добри времена (в период на подем) инвестициите в капиталови блага обикновено се увеличават. Ситуацията е почти същата за дълготрайните потребителски стоки като автомобили и домакински уреди. Когато настъпи рецесия и домакинствата трябва да свият бюджета си, покупките на тези стоки често се отлагат. Семейства ремонтират старите си коли и електроуреди, а не купуват нови такива, в резултат на това фирмите, които произвеждат тези продукти, страдат.

За разлика от тях, секторът на услугите и отраслите, произвеждащи нетрайни потребителски стоки, са относително по-слабо засегнати от тежките последици на рецесията. Хората не могат да се лишат напълно от необходимите медицински и правни

услуги, например. По време на рецесия някои бизнеси дори процъфтяват, като зложни къщи и адвокатски кантори, които специализират във фалити. Покупката на нетрайни стоки като храна не може да се отложи. Разбира се, в периоди на криза качеството и обемът на тези покупки също намалява, но не толкова драстично както при дълготрайните активи и дълготрайните потребителски стоки.

2. Винаги има подем и спад. Фигура 21.1. изобразява типичните фази на бизнес цикъла. Правата, възходяща линия показва дългосрочния, среден темп на растеж на икономиката. Виждаме, че в краткосрочен план съвкупната икономическа дейност постоянно се колебае около дългосрочния темп на икономически растеж. Периодът от време, през който съвкупната икономическа активност намалява, е **икономически спад или рецесия**. Ако рецесията е особено тежка, тя се превръща в **депресия**. След достигане на най-ниската точка на свиването, **дъното**, съвкупната икономическа дейност започва да нараства. Периодът, през който съвкупната икономическа активност расте, е периодът на **подем, възстановяване или експанзия**. След достигане на най-високата точка на икономическа експанзия, **върх**, съвкупната икономическа дейност започва отново да се свива. Цялата последователност на спад, последван от възстановяване, измерена от връх до връх или от дъно до дъно, е бизнес цикълът. Фигурата показва, че бизнес циклите са временни отклонения от нормалния (дългосрочен, устойчив) темп на растеж на икономиката. Една от целите на икономистите при изследване на икономическите цикли е да идентифицират моментите и сигналите за достигане на повратните точки в цикъла, а именно дъното или върха. Съвкупната икономическа дейност не се измерва само чрез една променлива; много фактори са налице и трябва да бъдат отчетени, така че това не е лесно.



Фигура 21.1. Фази на икономическия цикъл

3. Засяга много икономически дейности. Бизнес циклите не се срещат само в няколко сектора или само за няколко икономически променливи. Напротив, експанзиите и рецесиите „се случват по едно и също време в много икономически дейности”. По този начин, въпреки че някои индустрии са по-чувствителни към бизнес цикъла, отколкото други, производството и заетостта в повечето индустрии са склонни да спадат при рецесия и да се повишават при икономически подем. Много други икономически променливи,

като цени, производителност, инвестиции и правителствени покупки, също имат регулярни и предсказуеми модели на поведение в течение на бизнес цикъла.

4. Повтарящ се, но не периодичен. Бизнес цикълът не се случва през определен период от време, не се случва на редовни и предвидими интервали и не трае фиксиран или предварително определен период от време. Въпреки че икономическият цикъл не е периодичен, периодите на спадове и подеми постоянно се повтарят и се редуват.

5. Устойчивост. Продължителността на един пълен цикъл може да варира значително, от около една година до повече от десетилетие. Поради това прогнозирането на бизнес цикъла е изключително трудно. Въпреки това, след като изпадне в рецесия, икономиката има тенденция да се свива за даден период от време, може би за една година или повече. По същия начин, когато веднъж започне период на подъем или възстановяване, то той трае известно време. Тенденцията за спад в икономическата активност може да бъде последвана от по-нататъшни спадове, а растежът на икономическата активност да бъде последван от по-голям растеж. Тъй като промените в икономическата активност биват устойчиви, икономическите прогнози имат за цел да идентифицират повратните точки, които да подскажат предстояща промяна в посоката на икономическата активност.

Теории за икономическия цикъл

Икономистите разработват много теории, за да обяснят колебанията в стопанската дейност. Някои казват, че големите технологични нововъведения, като например железницата, автомобилът, синтетичните влакна и процесорите, имат голямо влияние върху инвестициите и разходите за потребление и следователно върху производството, заетостта и равнището на цените. Тези сериозни нововъведения се появяват неравномерно и по този начин допринасят за колебанията в икономическата активност. Някои икономисти виждат големите промени в производителността като причини за бизнес цикъла. Когато производителността нараства, икономиката е в подъем; когато производителността пада, икономиката се свива.

Други пък гледат на бизнес цикъла като чисто парично явление. Когато правителството създава твърде много пари, казват те, настъпва инфлационен бум. Твърде малко пари в икономиката пък водят до спад в производството и заетостта, и, в крайна сметка, до спад в равнището на цените.

Повечето икономисти обаче смятат, че непосредствената причина за цикличните промени в нивата на реалния продукт и заетостта, е промяната в нивото на съвкупните разходи. В условията на пазарна икономика фирмите произвеждат стоки или услуги, само ако могат да ги продадат на печалба. Ако съвкупните разходи се свият, много предприятия решават, че производството на текущия обем от стоки и услуги вече не е печелившо. В резултат на това производството, заетостта и доходите на всички падат. Когато нивото на разходите се повишава, увеличение на производството става печеливша стратегия и, съответно, производството, заетостта и доходите ще се повишат. Когато икономиката се доближава до потенциалния си капацитет, обаче, става все по-трудно да се генерират допълнителни печалби. Ако разходите продължават да се увеличават, равнището на цените може да се повиши (инфлация), тъй като потребителите ще се борят за ограниченото количество стоки на разположение.

Ще разгледаме две основни теоретични направления за обяснение на икономическия цикъл:

- 1) Неокласическа теория за икономическия цикъл;
- 2) Кейнсианска теория за икономическия цикъл.

Основните презумпции и изводи на всяка една от тези теории за причините за съществуване на бизнес цикъла определят и мнението на икономистите от съответните икономически школи за ролята и намесата на държавата в икономиката с цел неговото коригиране.

Класическата икономическа школа се свързва с имената на Адам Смит, Дейвид Рикардо и Джон Стюарт Мил. Според тази теория икономиката е саморегулираща се и винаги е в състояние на пълна заетост. Неокласическият възглед е, че колебанията на бизнес цикъла представляват естествен отговор на добре функциониращата пазарна икономика, когато са налице сътресения, породени от неравномерното темпо на технологичните промени, от климатични промени, от неочаквани промени в поведението на държавата (напр. във фискалната или паричната политика). Това означава, че икономическите колебания са породени от внезапни, неочаквани шокове, които влияят върху съвкупното търсене и предлагане така, че за кратко време икономиката се отклонява от устойчивия си темп на растеж. Тези „шокове“ може да са положителни (и тогава наблюдаваме икономически бум) или отрицателни (икономически спад).

Според неокласическата школа случайните колебания в производителността, предизвикани от нови технологии, международни безредици, колебания в климата или природни бедствия, водят до промяна в съвкупното предлагане. Неочакваните промени в държавните политики с пряко влияние върху пазарите, най-често фискалната и паричната политики, влияят върху съвкупното търсене.

Неокласиците приемат, че нивото на заплатите, което стои зад краткосрочната крива на съвкупното предлагане, е **напълно гъвкаво**. Следователно нивото на заплатите се настройва бързо, за да се поддържа равновесието на пазара на труда, и реалният БВП винаги се нагажда към потенциалния БВП. Тяхната основна презумпция за гъвкавост на цените на всички пазари, вкл. на пазара на труда, води до извода, че икономиката разполага със собствени ефективни механизми за коригиране на цикличните колебания. Поради това неокласическата икономическа школа определя намесата на държавата за стабилизиране на икономиката като по-скоро ненужна и нежелателна.

Според кейнсианската теория, оставена сама, икономиката рядко би работила при пълна заетост. Кейнсианската теория отхвърля идеята, че пазарите могат автоматично и бързо да се справят с цикличните колебания на икономиката. Според тази школа, за да се постигне и поддържа пълна заетост, е необходима активна помощ от държавата чрез фискалната и парична политика с цел фина настройка на икономиката.

Тази теория за бизнес цикъла се базира на разбирането, че потенциалният БВП расте с постоянна скорост, докато съвкупното търсене се колебае. Ако съвкупното търсене расте по-бързо от потенциалния БВП, а реалният БВП се движи над потенциалния, възниква инфлация и икономиката започва да „прегрява“ /икономически бум/. Ако съвкупното търсене расте по-бавно от потенциалния БВП и реалният БВП е под потенциалния, икономиката изпада в рецесия. Накратко бизнес цикълът се дължи на колебания в съвкупното търсене. Стои въпросът какво предизвиква тези колебания. Според кейнсианската теория, **очакванията** имат най-значително влияние върху съвкупното търсене. Тези очаквания се базират на стадно чувство, или това, което самият Кейнс нарича **„животински духове“**. Това означава, че хората действат на пазарите, имайки определени очаквания за бъдещото развитие на икономиката. Периодично

пазарите биват обзети от оптимистични или от песимистични очаквания. Вълна от песимизъм относно перспективите за извличане на печалба може да доведе до спад на съвкупното търсене и да потопи икономиката в рецесия. Преобладаващи положителни перспективи за икономиката водят до по-големи инвестиции от страна на фирмите и по-голямо потребление от домакинствата, съответно повишаване на съвкупното търсене.

Според кейнсианската теория заплатите, които определят краткосрочната крива на съвкупното предлагане, се **променят изключително трудно, особено в посока надолу**, т.е. на практика нивото на заплатите не пада. Следователно, ако има рецесионно отклонение, няма автоматичен механизъм за неговото коригиране, така че е необходима намеса от държавата. Кейнсианците призовават за използване на инструментите на фискалната политика и паричната политика, чрез които активно да компенсират промените в съвкупното търсене, които носят бум или рецесия. Чрез стимулиране на съвкупното търсене в рецесия, пълната заетост може да бъде възстановена. Чрез намаляване на съвкупното търсене в периоди на бум, икономиката се връща към потенциалното равнище на БВП.

Тази теория за икономическия цикъл не изключва възможността от време на време да е налице сътресение в съвкупното предлагане. Едно покачване на цените на петрола, суша, ураган или друго природно бедствие, могат, например, да доведат до рецесия. Но според нея шоковете в предлагането не са обичайният източник на колебания в икономическата активност.

В заключение, важно е да се отбележи, че не всички икономически рецесии, които са отчитани в българската икономика, са били фаза от икономическия цикъл. В началото на 90-те години България навлиза в дълбока рецесия, но това е резултат от промените, които налага прехода от централно-планирана към пазарна икономика. Поради това тя се нарича „рецесия на прехода“⁶.

Поглед назад

Обобщение

Бизнес циклите представляват редуване на периоди на подем с периоди на икономически спад. Експанзията (подема), настъпваща по едно и също време в много икономически дейности, бива последвана от обща рецесия или свиване, след което следва периода на възстановяване, който се слива с етапа на експанзия на следващия цикъл.

Трябва да знаем, че бизнес цикълът засяга съвкупната икономическа дейност, а не само отделни пазари или сектори. Въпреки това бизнес цикълът се отразява на различните сектори в различна степен.

Няма строго определен период на продължаване на един бизнес цикъл. Икономическите цикли не са периодични, но постоянно се повтарят – след всеки период на подем идва криза, а след всяка криза – възстановяване на икономиката. Икономистите се занимават с това да предвиждат фазите на цикъла и тяхната продължителност. Продължителността на един пълен цикъл може да варира значително, от около една година до повече от десетилетие. Поради това прогнозирането на бизнес цикъла е изключително трудно.

⁶ Причините, факторите и последствията от икономическия спад в началото на 90-те са анализирани по-подробно в: Стефанов, Ст., С. Ракарова (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр. 308 – 309.

Икономистите разработват много теории, за да обяснят колебанията в стопанската дейност. Основните теории за икономическия цикъл са неокласическата и кейнсианската теории.

Основни понятия

Бизнес цикъл	Антициклични и проциклични променливи
Икономически подем	Неокласическа теория за бизнес цикъла
Рецесия и депресия	Кейнсианска теория за бизнес цикъла

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Кои са основните фази на бизнес цикъла?
2. Кои сектори от икономиката са най-засегнати от икономическия цикъл?
3. Какво представляват неокласическата теория за икономическия цикъл?
4. Какво представляват кейнсианската теория за икономическия цикъл?

Есе

1. Какви са ефектите от бизнес цикъла за живота на хората? Защо икономистите си поставят за цел да предвидят неговите фази и да го управляват?
2. Проучете какви са причините за последната световна икономическа криза. Можеше ли да бъде предвидена?

Библиография и полезни източници:

1. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр. 298-310.
2. Ракарова, С., Ст. Стефанов. (2014). Пътеводител по макроикономика. Нов български университет, стр. 204-225.
3. Abel, Andrew B., Ben S. Bernanke, Dean Croushore. (2008). Macroeconomics. 6th ed., Pearson Education, pp. 282-310.
4. Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue. (2008). Macroeconomics: Principles, Problems, and Policies. McGraw-Hill, pp. 124-146.
5. Parkin, Michael. (2012). Macroeconomics. 10th ed., Pearson Education, pp. 133-159.
6. Economist's view, Сайт със статии и коментари от водещи световни икономисти и материали, обясняващи основни концепции: <http://economistsview.typepad.com/>
7. Блог по икономически въпроси на Пол Кругман, Нобелов лауреат: <https://krugman.blogs.nytimes.com/>
8. Блог на Грегъри Менкю, Професор по макроикономика, Харвард: <https://gregmankiw.blogspot.bg/>
9. Сайт на Националното бюро по икономически изследвания, САЩ: <http://www.nber.org/>
10. Library of Economics and Liberty, Сайт с полезни материали, статии и книги на макроикономически теми, вкл. онлайн библиотека: <http://www.econlib.org/index.html>

Тема двадесет и втора: Икономически растеж

Въведение

Когато в предходната глава бе дадено описание на основните фази на бизнес цикъла, бе споменато, че в дългосрочен план икономиката расте с устойчиви темпове. Действително, въпреки текущите колебания на икономиката, в дългосрочен план тя постоянно се развива – днес живеем по-добре отколкото преди 100 години, имаме повече блага и сме по-производителни. По всяка вероятност, след 50 години икономиките ще са по-развити в сравнение с днешните. Това се обяснява с икономическия растеж.

Икономическият растеж и в частност факторите, които го определят, представлява централна тема за икономистите, тъй като способността на дадена икономика да расте устойчиво със стабилни темпове означава нарастване на производителността, на благосъстоянието на обществото и, в крайна сметка, подобряване на стандарта на живот.

В рамките на тази глава ще бъдат разгледани начините за измерване на икономическия растеж и основните фактори, които определят темповете на растеж в дадена икономика. Въпреки че икономическият растеж е основен проблем за анализ от икономистите, все още няма консенсус по въпроса за разликите в темповете на растеж и първопричините за икономическия растеж. Затова ще разгледаме няколко основни икономически теории за растежа.

Икономически растеж – измерване и фактори

Икономически растеж е налице, когато реалният БВП нараства. Важно е да отбележим, че еднократното нарастване на реалния БВП или процесът на възстановяване от рецесия на дадена икономика не е икономически растеж. Икономическият растеж е *устойчиво*, ежегодно увеличение на потенциалния БВП.

Измерване на растежа

Икономистите определят и измерват икономическия растеж като:

- Увеличението на реалния БВП, регистрирано през даден период от време.
- Увеличение на реалния БВП на глава от населението, регистрирано през даден период от време.

При всяко едно от тези определения икономическият растеж се изчислява като процент на растеж за тримесечие (3-месечен период) или годишно. Второто определение взема предвид броя на населението. Реалният БВП на глава от населението се изчислява чрез разделяне на БВП на броя на населението.

Ръст на реалния БВП = $(\text{Реален БВП през текущата година} - \text{реален БВП през предходната година}) / \text{Реален БВП през предходната година} * 100$.

Текущите темпове на икономически растеж, измерени чрез посочената формула, и тяхната устойчивост имат огромно значение за дългосрочното развитие на дадена икономика. Това важи особено за т.нар. развиващи се държави (в това число влиза и

България), тъй като текущите темпове на растеж определят до каква степен държавата може да „догони“ развитите икономики.

Правилото 70 (среща се и като „правило 72“) позволява да се направи количествен пример за ефекта от икономическия растеж. Чрез правилото може да се пресметне броя години, за които дадена мярка ще се удвои, предвид годишния ѝ процент на увеличение, като се раздели това увеличение на 70:

Приблизителен брой години, необходими за удвояване на реалния БВП = $70 / \text{годишен процент на растеж}$

Например, по данни на Световната банка през последните 16 години (от 2000 г. до 2015 г.) българската икономика е растяла средно на година с около 3%, естонската икономика е растяла средно на година за същия период с около 4%. При 3% годишен темп на нарастване, реалният БВП ще се удвои за около 23 години. При растеж от 4% годишно, реалният БВП ще се удвои за около 17 години. Виждаме, че само 1% разлика води до съществени разлики между двете икономики в дългосрочен план. При растеж от 8 процента годишно реалният БВП ще се удвои за около девет години.

Ефектът на темповете на икономически растеж върху дългосрочното състояние и степента на развитие на икономиката налага да обърнем внимание и на факторите, които определят икономическия растеж. Така можем да получим отговор на въпроса какво може (или трябва) да се промени, за да расте дадена икономика устойчиво по-бързо.

Основни фактори за растеж

Обществото може да увеличи реалните производство и доходи по два основни начина: (1) чрез увеличаване количеството на използваните ресурси, и (2) чрез увеличаване на производителността на тези ресурси. При равни други условия, увеличението на земята, труда, капитала и предприемаческите ресурси дават допълнителна продукция. Но икономически растеж се наблюдава и чрез повишаване на производителността, измерена в произведен продукт на единица ресурс.

Производителността се повишава: 1) когато обучението, квалификацията и мотивацията на работниците се подобри; 2) когато работниците имат повече и по-добра техника и природни ресурси, с които да работят; 3) когато производството е по-добре организирано и управлявано и 4) когато трудът се преразпределя от по-неефективни отрасли към по-ефективни сектори. Например около една трета от икономическия растеж на САЩ идва от повече ресурси. Останалите две трети от регистрирания растеж се дължат на подобрена производителност.

Способността на икономиката да нараства се определя от редица фактори. Според начина на въздействие върху икономическия растеж теорията разграничава преки и косвени фактори. **Преки** са факторите, които правят растежа физически възможен – това са т.нар. фактори на предлагането:

- Количество и качество на природните ресурси;
- Количество и качество на трудовите ресурси;
- Обем на основния капитал;
- Технология и организация на производството;
- Равнище на развитие на предприемаческите ресурси.

Косвените фактори на икономическия растеж обхващат факторите на търсенето:

- Степен на монополизация на пазара;
- Данъчна система;
- Ефективност на банковата система;
- Размер на потребителските, инвестиционните и държавните разходи;
- Участие на икономиката в международната търговия, вкл. либерализация на движението на стоки, услуги, капитали и труд;
- Действаща система за разпределение на дохода в рамките на икономиката.

Всички посочени фактори се определят от бизнес средата, държавните политики в редица сектори, структурните характеристики на икономиката, както и международните икономически и търговски спогодби, по които тя е страна. Следователно, промени в тези сфери може да доведат и до промяна в темповете на икономически растеж.

В зависимост от това дали промяната във факторите на растежа води до количествено увеличение на използваните ресурси или до качествени изменения на наличните ресурси, различаваме два вида растеж: 1) **екстензивен растеж**: генериране на растеж чрез увеличаване на използваните ресурси; 2) **интензивен растеж**: генериране на растеж чрез повишаване на производителността на ресурсите.

Теории за икономическия растеж

Прирастът на населението и нарастването на производителността на труда водят до нарастване на потенциалния БВП и, съответно, до икономически растеж. Ръстът на физически и човешки капитал и технологичния напредък водят до нарастване на производителността на труда. Как си взаимодействат всички тези фактори? Какъв точно е крайният ефект? Различните теории за икономическия растеж предлагат обяснение на тези въпроси.

Алтернативните теории за икономическия растеж предоставят тълкувания за процеса на икономически растеж, но нито една от тях не предоставя пълен и категоричен отговор на основните въпроси: Какви са основните фактори за повишаване на икономическия растеж и защо темповете на растеж се различават в различните икономики? Поради това теориите анализират текущото състояние и наличните емпирични доказателства за факторите и темповете на растеж в опит да намерят универсален отговор на поставените въпроси. Нека да разгледаме три основни теории за икономическия растеж:

- Класическа теория на растежа
- Неокласическата теория на растежа
- Нова теория на растежа

Класическа теория за растежа

Според **класическата теория за растежа** ръстът на реалния БВП на глава от населението е временен и, когато този темп на растеж се повиши над нивото на екзистенц-минимума, се наблюдава засилен ръст на населението, което, в крайна сметка, връща обществото към екзистенц-минимума. Екзистенц-минимум се нарича минимумът от средства или условия, с които трябва да разполага всеки един човек, за да оцелее физически.

Тази теория е разработена в края на XVIII век и началото на XIX век от икономисти като Адам Смит, Томас Малтус и Дейвид Рикардо. Все пак в историята основните постановки на теорията са останали най-тясно свързани с името на Малтус и затова тя понякога се нарича малтусианска теория. Идеите на Чарлз Дарвин за еволюцията чрез естествения подбор са вдъхновени от прозренията на Малтус.

Днес много хора може да бъдат определени като „съвременни малтусианци“. Например, съществуват твърдения, че, ако населението в света от 6.9 млрд. нарасне до 9.2 милиарда до 2075 г. и до 36.4 милиарда през 2300 г.⁷, ресурсите на земята ще се изчерпят. Според тези прогнози изчерпването на ресурсите ще доведе до намаляване на реалният БВП на глава от населението и ние ще се върнем към един примитивен стандарт на живот. Поради това според тази теория прирастът на населението трябва да се ограничи. Съвременните направления в тази теория също така разглеждат и проблеми като глобалното затопляне и промените в климата. Например много учени, политици и световни организации предупреждават, че темповете, с които световното население нараства, са неустойчиви и това поставя огромни предизвикателства пред околната среда и задълбочава климатичните промени.

Неокласическа теория за растежа

Неокласическата теория на растежа твърди, че реалният БВП на глава от населението расте, когато технологичните промени водят до инвестиции, които повишават производителността на ресурсите. Растежът приключва, ако технологичните промени спрат поради намаляващата пределна възвръщаемост на труда и капитала.

Големият разрыв между неокласическата теория на растежа и нейният предшественик – класическата теория, е разбирането за увеличението на световното население. Прекалено бързият прираст на населението през осемнадесети век в Европа, когато е създадена класическата теория, приключва. Раждаемостта спада и, макар че населението продължава да се увеличава, неговата скорост на нарастване се забавя.

Ключовият фактор с икономическо значение, който забавя скоростта на растеж на населението, е включването на жените в икономическата дейност. Тъй като размерът на работната заплата на жените се увеличава и техните възможности за участие на трудовия пазар се разширяват, алтернативната цена на раждането на деца се увеличава. Семействата избират да имат по-малко деца и раждаемостта пада.

Същевременно технологичният напредък, който носи по-високи доходи, също води до напредък в областта на здравеопазването, с което продължителността на живота се увеличава. Така че нарастването на доходите води до намаление, както на раждаемостта, така и на смъртността. Тези противоположни сили взаимно се неутрализират донякъде и довеждат до по-бавно нарастване на населението. Този модерен поглед върху ръста на населението и историческите тенденции, които го подкрепят, противоречат на възгледите на класическите икономисти.

В неокласическата теория за растежа темпът на технологични промени оказва влияние върху темпа на икономически растеж, но икономическият растеж не влияе на темпа на технологична промяна. Предполага се, че технологичните промени са резултат от шанс или случайност. По случайност, в резултат на щастливо стечение на обстоятелствата, може да имаме бързо развитие на технологиите.

⁷ Според най-високата прогнозна оценка на ООН.

Неокласическата теория на растежа посочва, че просперитетът на обществото ще се запази, но растежът няма да продължи, освен ако технологиите не продължат да се развиват. Накратко, всички ще продължим да имаме компютри и да ползваме тяхната изчислителна мощ (ще запазим стандарта си живот), просто няма да имаме по-нататъшно развитие.

Поради факта, че неокласическата теория разглежда икономическия растеж като единствено определен от технологичните промени, то в дългосрочен план факторът, който може да доведе до по-високи темпове на растеж, са иновациите. Поради това основен извод на теорията е липсата на какъвто и да е дългосрочен ефект от държавните политики върху растежа, а размерът на спестяванията има по-скоро краткосрочен, отколкото дългосрочен ефект. Накратко, в дългосрочен план две икономики с различни размери на спестяванията, различни институционални системи и държавни политики в сферата на икономиката ще имат един и същ темп на растеж според неокласическата теория, при условие, че се характеризират със съпоставими нива на технологичен прогрес.

Проблемът на неокласическата теория за растежа е, че теорията не може да обясни различията в развитието на различните нации и техните темпове на растеж. Всички икономики имат достъп до същите технологии и според теорията това би трябвало да доведе до изравняване между държавите, но това не се случва. Липсата на конвергенция се потвърждава категорично и от статистиката. Според съвременни изследвания⁸ неравенството в световен мащаб претърпява сериозни промени от XIX век насам. В началото на XIX век неравенството в света се оценява на 50 единици по индекса на Джини (общоприет показател за икономическо неравенство), като 30 % се дължат на различия в средния доход по държави и около 70 % на доходни разлики в рамките на държавите (т.нар. класови различия). Неравенството днес, в началото на XXI век, е по-голямо – 65 единици по индекса на Джини, като 80 % от световното неравенство се дължи на разликите между средните доходи по държави, т.е. различията между държавите по степента на тяхното развитие и нивото на съвкупния доход на глава от населението определя съществена част от световното неравенство. Това е ясна индикация за нарастване на икономическата дивергенция в последните векове, в пълно противоречие на презумпциите на неокласическата теория за растежа. Новата теория за растежа преодолява този недостатък на неокласическата теория. Тя също така обяснява какво определя темпа на технологична промяна.

Нова теория за растежа

Според **новата теория за растежа** реалният БВП на глава от населението расте в резултат на изборите, които хората правят в преследване на печалба; растежът ще продължи неопределено време.

Според новата теория на растежа скоростта, с която се правят нови открития, и напредването на технологиите не се определят от шанс. Те зависят от това колко много хора търсят нова технология и колко интензивно я търсят. Търсенето на нови технологии се задвижва от стимули. Печалбата е стимул за технологична промяна. Наличието на конкуренция намалява възможностите за генериране на печалби, поради това фирмите непрекъснато търсят нови методи за намаляване на разходите за производство или за производство на нови и по-добри продукти, за които хората да са готови да платят по-

⁸ Milanovic, Br. (2011). "A short history of global inequality: The past two centuries", Explorations in Economic History. 12/2011; 48(4).

висока цена. Иновациите могат да поддържат високите печалби в продължение на няколко години, особено ако са защитени от патент или авторско право, но в крайна сметка, новото откритие се копира и печалбите изчезват. Изследователската и развойна дейност се извършва с надеждата за създаване на нова възможност за печеливши инвестиции и растеж.

Два факта за изследователската дейност и познанието играят ключова роля в новата теория за растежа: 1) иновациите са (поне в крайна сметка) публично благо; 2) знанията не са предмет на намаляваща пределна възвръщаемост. Икономистите наричат дадено благо „публично“ благо, когато никой не може да бъде изключен при използването му и когато използването от един човек не пречи на другите да го използват. Националната отбрана е класически пример за публично благо.

Знанието не подлежи на намаляваща възвръщаемост. Увеличаването на запасите от знания прави труда и капитала по-продуктивни. Знанието не носи намаляваща възвръщаемост. За разлика от другите две теории, новата теория на растежа предвижда механизъм, при който растежът не спира. Този механизъм включва постоянно увеличение на знанието и технологиите, които, от своя страна, увеличават производителността на труда и капитала и така растежът продължава. Темпът на растеж зависи само от стимулите и способността за иновации.

Новата теория на растежа вижда *икономиката като вечен двигател*. Без значение колко богати ставаме, нашите нужди надхвърлят способността ни да ги задоволим. Ние винаги ще искаме по-висок стандарт на живот. В преследването на по-висок стандарт на живот обществото е развило насърчителни системи- пазари, права на собственост, както и парите, които дават възможност на хората да се възползват от иновациите. Иновациите водят до развитието на нови и по-добри техники на производство и нови и по-добри продукти. За да се възползват от новите техники и да произвеждат нови продукти, нови фирми стартират дейност, други излизат от бизнеса. Някои работни места биват унищожени, но други са създадени. Новите работни места са по-добри и по-добре платени от старите. Новите и по-добри работни места и новите и по-добри продукти водят до повече потребителски стоки и услуги и, съответно, по-висок стандарт на живот. Но нашите ненаситни нужди все още са там, така че процесът продължава според икономистите, които развиват тази теория за растежа.

Поглед назад

Обобщение

Икономическият растеж представлява устойчиво нарастване на реалния БВП поради увеличение на потенциалния БВП. Икономическият растеж се измерва чрез изчисление на увеличението на реалния БВП (на глава от населението) през даден период от време.

Текущите темпове на икономически растеж имат огромно значение за дългосрочното развитие на дадена икономика. Прилагайки „правилото 70“ можем да проверим разликите в дългосрочния ефект на текущите темпове на икономически растеж.

Обществото може да увеличи реалните производство и доходи по два основни начина: (1) чрез увеличаване количеството на използваните ресурси, и (2) чрез увеличаване на производителността на тези ресурси.

Всички фактори за икономическия растеж се определят от бизнес средата, държавните политики в редица сектори, структурните характеристики на икономиката,

както и международните икономически и търговски спогодби, по които тя е страна. Следователно промени в тези сфери може да доведат и до промяна в темповете на икономически растеж.

Разгледани са три основни теории за икономическия растеж:

- Класическа теория на растежа /малтусианска/ - икономическият растеж закономерно спира, когато населението стане прекалено голямо и човечеството се връща към съществуване на екзистенц-минимума.
- Неокласическата теория на растежа – икономическият растеж се дължи на технологичния прогрес. Проблем на теорията е, че не обяснява какво предизвиква развитието на технологиите и защо съществуват различия в степента на развитие на икономиките.
- Нова теория на растежа – обяснява част от проблемите, с които неокласическата не се справя. Разглежда икономиката като вечен двигател.

Основни понятия

Икономически растеж

Интензивен икономически растеж

Екстензивен икономически растеж

Класическа теория на растежа

Неокласическа теория на растежа

Нова теория на растежа

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Какво е икономически растеж? Как се измерва?
2. Кои са основните фактори на икономическия растеж?
3. Каква е разликата между интензивен и екстензивен растеж?
4. Какво е приложението на класическата /малтусианска/ теория за растежа днес?

Есе

1. Анализирайте факторите на икономическия растеж в България. Посочете препоръки за повишаване на темповете на растеж на българската икономика.
2. Посочете коя от теориите за икономическия растеж най-много ви допада. Защо?

Библиография и полезни източници:

1. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр. 319-329.
2. Ракарова, С. Ст. Стефанов. (2014). Пътеводител по макроикономика. Нов български университет, стр. 204-225.
3. Abel, Andrew B., Ben S. Bernanke, Dean Croushore. (2008). Macroeconomics. 6th ed., Pearson Education, pp. 217-247.
4. Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue. (2008). Macroeconomics: Principles, Problems, and Policies. McGraw-Hill, pp. 302-325.
5. Parkin, Michael. (2012). Macroeconomics. 10th ed., Pearson Education, pp. 133-159.
6. Рангелова Р. (2008). „Конвергенцията в неокласическия модел на икономическия растеж“, Икономическа мисъл, 2008, № 6, стр. 48-66.

7. Стефанов, Ст. Ф. (2002). “Преходът към пазарна икономика в контекста на проблема за конкурентноспособността”. Икономическа мисъл, XLVII (1). стр. 3-31. ISSN 0013-2993.
8. Стефанов, Ст. Ф. (2003). “Неолибералната платформа на прехода към пазарна икономика - особености и последствия”. Икономическа мисъл, XLVIII (4). стр. 36-59. ISSN 0013-2993.
9. Centre for Economic Policy Research (CEPR), сайт на организацията с много полезни материали и анализи: <http://cepr.org/>.
10. Световна банка, сайт на организацията с много материали и информация по теми тясно свързани с икономическия растеж: <http://www.worldbank.org>

Тема двадесет и трета: Инфлация и дефлация

Въведение

Един от основните макроикономически показатели, които биват използвани при анализи на икономическото състояние на държавите и които пряко засягат живота на всеки един от нас, е процентът на инфлация. В рамките на настоящата глава ще разберем защо този индикатор е толкова важен. Ще бъде дадена дефиниция на понятията „инфлация“ и „дефлация“. Ще бъдат описани основните индикатори, които се използват при измерване на темповете на инфлация, и ще бъдат очертани основните разлики между тях.

Ефектите от наличието на прекалено висока или прекалено ниска инфлация ще бъдат демонстрирани чрез анализ на въздействието върху основните засегнати групи икономически субекти, а пагубните ефекти от наличието на дефлация ще бъдат описани чрез т.нар. спирача на дефлацията. Ще бъдат дадени отговори на въпроси като: Кой печели от хиперинфлацията? Кой губи най-много от резки ценови промени? Какво значи умерена инфлация?

Определение

Инфлацията представлява повишаване на общото ниво на цените. Това означава, че при възникване на положителна инфлация с един лев от доходите ни ще можем да закупим по-малко стоки и услуги отколкото преди. Инфлацията намалява "покупателната способност" на парите, обърнати в стоки и услуги те са по-малко. Все пак инфлацията не означава, че всички цени се покачват. Дори в периоди на бърза инфлация, цените на някои стоки може да са относително постоянни, а на други да падат.

Намаляването на общото (средното) равнище на цените през определен период от време спрямо друг период, приет като база за сравнение, се нарича *дефлация*.

Небалансирана инфлация се наблюдава, когато едновременно с растежа на общото ценово равнище се променят и *относителните цени* на различните стоки и услуги. Относителната цена се променя, когато расте с темп, различен от средния темп на растеж на цените. Нека да илюстрираме с пример. Да кажем, че през 2012 г. процентът на инфлация е 10%, но за този период хлябът е поскъпнал с 15%, а бензинът – с 5%. Това означава, че хлябът е останал относително по-скъп спрямо бензина.

Измерване на инфлацията

В България се използват няколко основни индекса на инфлация. Всички те се изготвят и представят от Националния статистически институт.

Официалният индекс за измерване на инфлация в България е индексът на потребителските цени. *Индексът на потребителските цени (ИПЦ)* се измерва чрез наблюдение на изменението на цените на кошница от стоки и услуги, които биват консумирани най-често от домакинствата и присъстват в типичен семеен бюджет. В тази своеобразна кошница влизат хранителни и нехранителни стоки, както и услуги, които се консумират от домакинствата. Всяка стока и услуга има определена тежест в кошницата в зависимост от това колко често се купува от домакинствата и каква част от доходите им се

харчи за нея. Основна цел на индекса на потребителските цени е измерване на промените в разходите за живот и в стойността на парите. За измерване на тези промени, ние изчисляваме процента на инфлация като годишния процент на изменение на ИПЦ.

За да изчислим процента на инфлация, ние използваме следната формула:

$$\text{Инфлация} = (\text{ИПЦ за текущата година} - \text{ИПЦ за базисния период}) / \text{ИПЦ за основния период} * 100.$$

Ако, например, за 2009 г. ИПЦ има стойност 110%, а за 2008 г. – 106%, то годишният темп на инфлация за 2009 г. ще бъде изчислен по следния начин:

$$\% \text{ на инфлация} = (\text{ИПЦ за 2009} - \text{ИПЦ за 2008}) / \text{ИПЦ за 2008} * 100$$

Годишен процент на инфлацията за 2009 г. = 3,77%. Това означава, че общото ценово равнище през 2009 г. се е повишило с 3,77 % спрямо ценовото ниво през 2008 г.

НСИ изчислява и други индекси за измерване на инфлацията. Допълнителните индекси, които могат да бъдат намерени в базата данни на НСИ, са:

- **Хармонизиран индекс на потребителските цени /ХИПЦ/.** Това е официалният показател за инфлация, използван в ЕС. Ако имаме за цел да сравним темповете на инфлация между две държави-членки на ЕС, то ще трябва да съпоставим стойностите на този индекс. По този начин се гарантира съпоставимост на данните – в кошницата, използвана за измерване промяна в ценовото равнище влизат едни и същи стоки и услуги, и методиката във всяка държава е една и съща. Съгласно методическото описание на НСИ, ИПЦ, както и ХИПЦ са измерители на инфлацията, т.е. измерват промяната в равнището на цените на стоките и услугите. Двата индекса, в по-голямата си част са базирани на едни и същи източници на данни, изчисляват се от една и съща кошница от стоки и услуги, но измерват инфлацията с различна цел и затова използват различни концепции. Както споменахме, ИПЦ е официален измерител на инфлацията в България. Използва се за икономически анализи, като финансов инструмент, а също и като средство за индексация на различни доходи, вземания, задължения, плащания по договори и др. ХИПЦ се използва основно за целите на паричната политика в ЕС. ХИПЦ е един от критериите, за да се прецени дали дадена страна-членка е готова да се присъедини към еврозоната. ХИПЦ се използва като сравнима мярка на инфлацията на страните от ЕС и за оценка на ценовата стабилност в страните членки. Това приложение на ХИПЦ изисква хармонизирана концептуална рамка и сравними резултати.
- **Индекс на цените за малка по състав кошница:** този индекс се изчислява от НСИ с цел да се даде по-ясна представа за промяната в ценовото равнище, което би засегнало най-бедните групи в държавата. При изчислението на този индекс се включват ограничен брой стоки, обикновено стоки от първа необходимост, които определят разходите на най-бедните домакинства. В кошницата на този индекс влизат само 122 стоки и услуги.
- **Дефлатор на БВП:** този показател се нарича често широк измерител на инфлацията, тъй като този индекс включва най-много стоки и услуги в сравнение с другите показатели. Разликата между индекса на потребителските цени и дефлатора на БВП се състои в следното: 1) Броят на включените стоки са по-малко в ИПЦ; 2) Внесените стоки са включени в индекса на потребителските цени, но не и в дефлатора на БВП; 3) Изнесените стоки са включени в дефлатора, но не и в ИПЦ.

Видове инфлация

Ще разгледаме различните видове колебания в ценовото равнище, използвайки две класификации. На първо място ще разгледаме видовете инфлация в зависимост от темпа на растеж на цените. На второ място ще определим видовете инфлация в зависимост от характера на импулсите за промяна на ценовото равнище – дали е резултат от промяна в търсенето или от промяна в предлагането. Използвайки втората класификация ще въведем основните съвременни концепции за инфлацията: 1) Инфлация от търсенето; 2) Инфлация от разходите.

Видове инфлация в зависимост от темпа на растеж на цените

В зависимост от скоростта на растеж на цените, икономическата теория разграничава три вида инфлация:

- **Умерената** инфлация се характеризира с едноцифрен годишен темп на растеж на цените. Доверието към националната валута се запазва. Хората охотно я използват като средство за размяна, защото са убедени, че нейната стойност ще се запази в продължителен период от време.

- **Галопиращата** инфлация се характеризира с дву- или трицифрен темп на растеж на цените. Последните се повишават бързо и непредвидимо и парите бързо се обезценяват. Поради това фирмите се стараят да индексират финансовите условия в дългосрочните договори помежду си към някакъв инфлационен индекс или директно ги определят в стабилна чуждестранна валута.

- В условия на **хиперинфлация** годишният темп на растеж на цените надхвърля четирицифрено число. Това е най-тежкият стадий на инфлацията. Реалното търсене на пари катастрофално пада. Парите започват да „парят”, т.е. щом ги получат, хората бързат да ги похарчат за някаква стока – „горещи” пари. Относителните цени на различните стоки и услуги стават много нестабилни и това поражда значително преразпределение на доходи и богатство между различните слоеве от населението, между кредиторите и длъжниците в икономиката.

Всички икономисти са на мнение, че **хиперинфлацията** може да има опустошителен ефект върху реалното производство и заетостта. Тъй като цените се изстрелват нагоре рязко и неравномерно при хиперинфлация, хората започват да очакват още по-бърза инфлация и нормалните икономически отношения са прекъснати. Собствениците на фирми не знаят на каква цена да търгуват техните продукти. Потребителите не знаят какво да платят. Доставчиците на ресурси искат да им се заплати чрез бартер, а не с бързо обезценяващи се пари. Кредиторите избягват длъжниците, защото те биха искали да изплатят дълговете си с евтини пари. Парите в крайна сметка стават почти безполезни и престават да вършат функцията си като средство за размяна. Фирмите, очакващи по-нататъшни увеличения на цените, намират за изгодно да се презапасят с материали и готови продукти. Индивидуалните спестители могат да решат да купуват непродуктивни блага като бижута, злато и други благородни метали, недвижими имоти, а не да предоставят средствата си за закупуване на капиталово оборудване от фирмите. Икономиката може да изпадне в състояние на бартер, а в резултат на това производството и обменът да спаднат още повече. Нетният резултат е икономически колапс, а често и политически хаос.

Примери за хиперинфлация са Германия след Първата световна война и Япония след Втората световна война. В Германия цените са се увеличавали толкова бързо, че сервитьорите са променяли цените в менюто по няколко пъти по време на обяд. Понякога клиентите трябвало да плащат двойно на първоначалната цена, посочена в менюто при техния избор. В следвоенна Япония през 1947 г. рибарите и фермерите използват везни, за да претеглят парите и да не си правят труда да ги броят.

Таблицата по-долу показва шестте най-лоши случаи на хиперинфлация в историята. Обикновено периодите на хиперинфлация трят кратко (няколко месеца), но са силно унищожителни за стопанските взаимоотношения. Поради това често икономистите наричат периодите на хиперинфлация „пресмъртната агония на икономиката“.

Най-високите месечни проценти на инфлация в историята ⁹					
Държава	Име на валутата	Месец с най-висока инфлация	Най-висок месечен % на инфлация	Средна дневна инфлация	Време необходимо за удвояване на цените
Унгария	Унгарско пенго	Юли 1946	$4.19 \times 10^{16} \%$	207.19%	15 часа
Зимбабве	Зимбабвийски долар	Ноември 2008	$7.96 \times 10^{10} \%$	98.01%	24.7 часа
Югославия	Югославски динар	Януари 1994	$3.13 \times 10^8 \%$	64.63%	1.4 дни
Република Сръбска	Динар	Януари 1994	$2.97 \times 10^8 \%$	64.3%	1.4 дни
Германия	Книжна марка	Октомври 1923	29.500%	20.87%	3.7 дни
Гърция	Драхма	Октомври 1944	13.800%	17.84%	4.3 дни

Българската икономика никога не е изпитвала хиперинфлация от подобен размер, но икономиката ни влиза в световната класация на 100-те най-големи хиперинфлации в историята два пъти. Първият път е през февруари-март 1991 г. с началото на прехода към пазарна икономика. Тогава месечният процент на инфлация достига 123%. Този труден за българската икономика период ѝ отрежда 33-то място в класацията на хиперинфлациите. Вторият път регистрираната инфлация е много по-висока. През февруари 1997 г. в България е измерена месечна инфлация от 242%. С това България се нарежда на 21-во място в класацията. Въвеждането на системата на паричен съвет /валутен борд/ в България през 1997 г. е отговор на регистрираните хиперинфлационни процеси в края на 1996 – началото на 1997 г. и на причините, довели до тях.

Съвременни концепции за инфлация

Инфлация от търсенето

Инфлация от търсенето (demand-pull inflation) възниква, когато съвкупното търсене расте по-бързо от потенциалния брутен вътрешен продукт на страната и неговата

⁹ Източник: Steve Hanke and Nicholas Krus, “World Hyperinflations”. Cato Working Paper no. 8, August 15, 2012.

крива се измества продължително надясно. В резултат на това потребителите, които определят търсенето, се конкурират за достъп до ограничени количества стоки и услуги, което причинява растеж на цените. Подобни примери за инфлация от търсенето често са резултат от финансирането на дефицита на държавния бюджет чрез увеличаване на паричната маса в икономиката. Изместването на кривата на съвкупното търсене надясно може да бъде причинено и от нарастване на потребителските разходи, на инвестициите, на държавните разходи, на нетния износ или от експанзивна парична политика на централната банка.

Инфлация от разходите

Инфлацията от разходите (cost-push inflation) е следствие от негативни шокове върху съвкупното предлагане, причиняващи изместване на неговата крива наляво. В резултат икономиката навлиза в рецесия, но едновременно с това се стига и до значителен растеж на ценовото равнище. Този процес се нарича „стагфлация“ (от „стагнация“ + „инфлация“).

Една от причините за този вид инфлация е растежът на работната заплата, която безспорно е важна част от производствените разходи на фирмите. Характерно е, че работната заплата продължава да се увеличава, даже и в периоди на икономически спад поради редица причини. На първо място, растежът на цените на продуктите пазари предизвиква нарастване и на работната заплата. Второ, силното противопоставяне на работниците и профсъюзите спрямо всеки опит за понижение прави заплатите изключително негъвкави в посока надолу.

Друга причина може да е нарастване на цените на ключови суровини. Например в периоди на нарастване на цените на петрола и енергийните ресурси, в държавите – вносителки на такъв тип ресурси се наблюдава повишаване на цените на крайните стоки и услуги (поради това, че вече е по-скъпо да се произведат) и паралелно свиване на съвкупното производство.

Дефлация – определение и последствия от нея

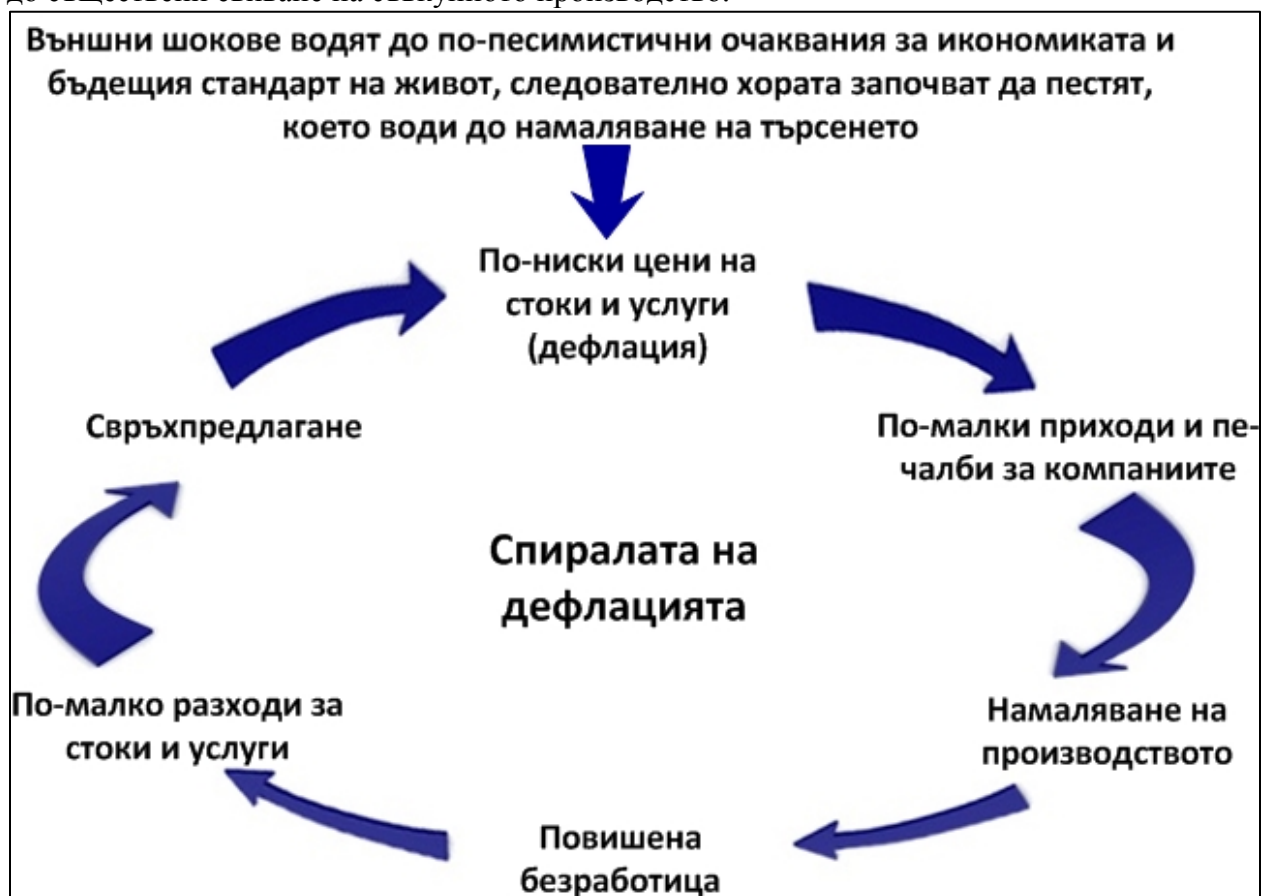
Дефлацията представлява процес обратен на описания по-горе, всъщност дефлация наблюдаваме, когато имаме отрицателна инфлация, т.е. спад на общото равнище на цените (отразен чрез отрицателни индекси на инфлация). На пръв поглед повечето хора биха определили дефлацията като нещо хубаво – цените намаляват, следователно можем да се купим повече неща с парите, които имаме. Това обаче далеч не е единственият ефект от дефлационния процес и последствията от него не могат да се определят като положителни за икономиката. От гледна точка на състоянието на икономиката, както прекомерната инфлация, така и дефлацията носят по-скоро отрицателни последствия.

Последствията от евентуална дефлация мога да бъдат най-добре илюстрирани, ако разгледаме пазара на пари. За притежателите на пари наличието на дефлация означава увеличаване на покупателната способност на парите им. Това се явява стимул да държат парите си и да ги похарчат в бъдеще, когато още повече стоки могат да бъдат закупени с тях. За търсещите пари наличието на дефлация води до нежелание да заемат средства, защото намаляващото равнище на цените води до **по-висока реална стойност на дълга в бъдеще**. Нека да разгледаме конкретен пример: Инвеститор се нуждае от 1 000 000 лв. за 1 година; инфлацията е (-10) % (т.е. дефлация); лихвеният процент е 4%. Ако

инвеститорът получи 1 000 000 лева заем за 1 година, ще трябва да плати в период от 1 година **1 040 000 лева**, но поради дефлацията тези 1 040 000 лева ще могат да закупят много повече стоки в едногодишен период отколкото сега. Покупателната способност на 1 040 000 лв. ще се равнява на $1\,040\,000 \times 10\% \times 100 = 1\,144\,000$ лв. (**след една година ще може да се закупят стоки, които са на стойност 1 144 000 лв. сега, само с 1 040 000 лева**). На практика, заемайки 1 000 000 лева сега, инвеститорът се задължава да изплати тази сума в период от 1 година **при реална лихва от 14%** (4% номинален лихвен процент + 10% спад на цените, което води до повишаване на покупателната способност на тези пари). Поради това казваме, че дефлацията дестимулира инвестиционната активност.

Държавата може да се опита да коригира и премахне този негативен ефект като намали лихвените проценти (вж. Глава 27) и така да се надява да стимулира инвестициите. Проблемът е, че държавата може да намали лихвения процент до 0%, но няма как той да стане отрицателен. Ако и нулев основен лихвен процент не може да доведе до повишаване на кредитирането, то тогава икономиката навлиза в т.нар. „**капан на ликвидността**“: ситуация, при която очакванията за дефлация водят до по-високи спестявания и намаляване на инвестициите и отпускането на заеми. Банките не могат да намерят достатъчен брой кредитополучатели дори при извънредно ниски лихвени проценти (близки до 0).

Схемата по-долу показва как точно се задействат дефлационните очаквания и как първоначални ефект от дефлацията може да се мултиплицира неколkokратно и да доведе до съществени свиване на съвкупното производство.



Фигура 23.1. Спирала на дефлацията

Икономически ефекти от инфлацията и дефлацията

Инфлацията може да доведе до масови демонстрации и революции. Например, инфлация и по-специално инфлацията при хранителните стоки се счита за една от основните причини, която предизвиква революцията в Тунис през 2010-2011 г. и революцията в Египет през 2011 г.

Ниската, стабилна и очаквана инфлация или дефлация не е проблем, но неочакван ръст на инфлацията или период на дефлация носи големи проблеми и разходи.

Неочакваната инфлация или дефлация:

- води до преразпределение на доходите;
- води до преразпределение на благосъстоянието;
- намалява реалния БВП и заетостта;
- отклонява ресурси от производството.

Преразпределение на доходите. Работниците и работодателите подписват договори и договарят нивата на заплатите за продължителност от една или повече години. Един неочакван растеж на инфлацията повишава цените, но заплатите ще си останат същите. Работниците са по-зле, защото заплатите им купуват по-малко стоки и услуги отколкото преди, а работодателите са по-добре, тъй като техните печалби се повишават. Един неочакван период на дефлация има обратния ефект. Размерът на работната заплата не пада, но цените падат. Работниците са по-добре, защото техните фиксирани заплати купуват повече, а работодателите са по-зле с по-ниски печалби.

Преразпределение на богатството. Хората сключват договори за заеми, чието парично изражение е фиксирано, и плащат лихва като процент от заетите пари. При неочаквана инфлация парите, които кредитополучателят изплаща на заемотателя, могат да закупят по-малко в сравнение с първоначално отпуснатите пари. Кредитополучателят печели и заемотателят губи. Лихвата, която се плаща по кредита, не компенсира заемотателя за загубата на стойността на парите, които са отпуснати. При неочаквана дефлация кредитополучателят губи и заемотателя печели.

Понижава реалния БВП и заетостта. Неочаквана инфлация, която повишава печалбите на фирмите, носи ръст на инвестициите и бум в производството и заетостта. Реалният БВП се повишава над потенциалния БВП и равнището на безработица се понижава под естествената норма. Но тази ситуация е временна. Печелившите инвестиции се изчерпват, разходите падат, реалният БВП е под потенциалния и се увеличава нивото на безработица. Избягването на тези колебания в производството и работните места означава избягване на неочаквани колебания в нивото на инфлация. Неочакваната дефлация има още по-големи последствия за БВП и заетостта. Бизнесът и домакинствата, които са в дълг (кредитополучатели) са по-зле и те намаляват разходите си. Спадът в общите разходи носи рецесия и растяща безработица.

Отклонява ресурси от производството. Непредвидимата инфлация или дефлация превръща икономиката в казино и отклонява ресурси от производствените дейности за прогнозиране на инфлацията. Може да стане по-изгодно да се прогнозира темпа на инфлация или дефлация, отколкото да се измисли нов продукт.

Поглед назад

Обобщение

Инфлацията представлява повишаване на общото ниво на цените. Намаляването на общото (средното) равнище на цените през определен период от време спрямо друг период, приет като база за сравнение, се нарича дефлация.

В България се използват няколко основни индекса на инфлация. Всички те се изготвят и представят от Националния статистически институт. Официалният индекс за измерване на инфлация в България е индексът на потребителските цени. Освен него се изчисляват и хармонизиран индекс на потребителските цени /ХИПЦ/, официалният показател за инфлация, използван в ЕС, и индекс на цените за малка по състав кошница.

В зависимост от скоростта на растеж на цените, икономическата теория разграничава три вида инфлация: умерена инфлация; галопираща инфлация; хиперинфлация. Хиперинфлацията има опустошителен ефект върху реалното производство и заетостта. Съвременните концепции за инфлация разглеждат два вида: 1) Инфлация от търсенето (demand-pull inflation) и 2) Инфлация от разходите (cost-push inflation).

От гледна точка на състоянието на икономиката, както прекомерната инфлация, така и дефлацията носят по-скоро отрицателни последствия. Неочакван ръст на инфлацията или период на дефлация водят до преразпределение на доходите и благосъстоянието; намаляват реалния БВП и заетостта и отклоняват ресурси от производството.

Основни понятия

Инфлация

Дефлация

Хиперинфлация

Спирала на дефлацията

Хармонизиран индекс на потребителските цени

Индекс на потребителските цени

Инфлация от търсенето и от разходите

Капан на ликвидността

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Какво е инфлация? Каква е разликата между инфлация и дефлация?
2. Кои са основните индекси за измерване на инфлацията в България?
3. Защо хиперинфлацията се нарича „предсмъртна агония на икономиката“?
4. Защо дефлацията може да има негативен ефект върху икономиката? Какво е спирала на дефлацията?

Есе

1. Проверете какви темпове на инфлация са регистрирани в българската икономика през последните 20 години (има свободен достъп до базата данни на НСИ). Анализирайте до какви последствия са довели периодите на прекомерна инфлация или дефлация.
2. Ако имате информация, че през следващата година се очаква много висока инфлация и само вие разполагате с нея, какво бихте направили, ако: 1) сте инвеститор; 2) имате големи спестявания в левове; 3) сте държавата?

Библиография и полезни източници:

1. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр. 355-368.
2. Ракарова, С. Ст. Стефанов. (2014). Пътеводител по макроикономика. Нов български университет, стр. 226-248.
3. Abel, Andrew B., Ben S. Bernanke, Dean Croushore. (2008). Macroeconomics. 6th ed., Pearson Education, pp. 444-476.
4. Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue. (2008). Macroeconomics: Principles, Problems, and Policies. McGraw-Hill, pp. 134-145.
5. Parkin, Michael. (2012). Macroeconomics. 10th ed., Pearson Education, pp. 183-210.
6. Сайт на Националния статистически институт: <http://www.nsi.bg>
7. Сайт на Националното бюро по икономически изследвания, САЩ: <http://www.nber.org/>.
8. База данни за всички страни от ЕС на Европейската статистическа служба, Eurostat: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>.
9. Centre for Economic Policy Research (CEPR), сайт на организацията с много полезни материали и анализи: <http://cepr.org/>.
10. Световна банка, сайт на организацията с много материали и информация по теми тясно свързани с макроикономиката, вкл. инфлация: <http://www.worldbank.org>
11. Електронна страница с много икономически материали, статии и изследвания: <http://voxeu.org/>

Тема двадесет и четвърта: Безработица

Въведение

Може би един от най-съществените макроикономически въпроси, които интересуват всеки един от нас, независимо с какво се занимаваме, е въпросът за безработицата. Всеки човек определя живота си и перспективите си за икономическа реализация в зависимост от възможностите за намиране и изграждане на професионална кариера. Нивото на заетост в икономиката определя стандарта на живот на индивидите, техните очаквания за бъдещето и, до голяма степен, възможностите за реализиране на икономически растеж на икономиката през съответния период. Поради това осигуряването на нови работни места и на висока заетост е една от основните цели на макроикономическата политика. Но как точно дефинираме и постигаме тази цел?

В рамките на настоящата глава ще разгледаме подробно видовете безработица и основните характеристики, които ги различават. Ще бъдат дефинирани основните показатели и индикатори за измерване на безработицата и заетостта в икономиката.

Икономическите ефекти и последици от наличието на безработица в дадена държава ще бъдат обяснени чрез кривата на Филипс (връзка между инфлация и безработица) и закона на Оукън, който ясно демонстрира обвързаността между нивата на безработица и темповете на икономически растеж.

Видове безработица

В рамките на глава 19 бяха въведени накратко основните видове безработица за целите на дефиниране на понятието „Съвкупно предлагане“. Сега ще разгледаме по-подробно трите вида безработица с цел да очертаем още по-ясно техните особености и да ги разграничим.

Фрикционна безработица

Днешният свят е динамичен и много мобилен. Индивидите все по-често се отказват работните си места, за да търсят по-добри позиции или да получат квалификация за по-атрактивни професии. Тези и други решения водят до наличието на известно количество безработни хора, които са буквално между две работни места. Икономистите наричат този вид безработица „*фрикционна безработица*“ и това е неизбежно в днешната пазарна икономика. Критичната отличителна черта на фрикционната безработица е, че тя е краткотрайна. Безработното лице има всички основания да очаква да намери нова работа скоро.

Структурна безработица

Вторият тип безработица може трудно да бъде да разграничен от фрикционната безработица, но има много различни последици. Структурната безработица възниква, когато работните места се елиминират чрез промени в икономиката, като например автоматизиране или постоянни промени в търсенето. Най-съществената разлика между фрикционната и структурната безработица е, че, за разлика от фрикционно безработните работници, структурно безработните не може да бъдат разглеждани "между две работни места". Техните умения и опит се оказват непродваеми в рамките на променящата се

икономика, в която живеят. По този начин те са изправени или пред продължителен период на безработица, или пред необходимостта от сериозна промяна в техните умения или професия.

Основната разлика е, че фрикционно безработните притежават продаваеми умения. Структурно безработните трудно биха намерили ново работно място без преквалификация, придобиване на допълнително образование, или преместване. Фрикционната безработица е краткосрочна; структурната безработица е по-вероятно да се запази в дългосрочен план и следователно да е по-сериозна.

Циклична безработица

Третият вид безработица е цикличната безработица, чийто анализ и изследване заема голяма част от вниманието на икономистите. Цикличната безработица се повишава, когато нивото на икономическа активност намалява в периоди на рецесия. В този случай, лицата остават без работа, защото техните умения и труд не са нужни в конкретния момент поради това, че съвкупната икономическа активност спада. Когато икономиката се съживи, трудът на тези хора е отново търсен и възможностите им за намиране на работа съществено се увеличават. Това, което различава цикличната безработица от структурната и фрикционната безработица, е обстоятелството, че хората, която остават без работа, все още притежават продаваеми умения и компетенции (за разлика от структурната безработица), но времето за намиране на работа може да окаже доста дълго (за разлика от фрикционната безработица). Тази безработица е факт, просто защото е налице непълна заетост на трудовите ресурси поради фаза на спад в икономическия цикъл (криза). Когато икономиката е в криза, се търсят по-малко нови кадри, а често стари кадри биват освободени поради свиването на съвкупния продукт.

Пълна заетост - определение

Икономистите понякога използват термина естествена норма на безработица, когато посочват нивото на безработица, която се проявява при нормално функциониране на икономиката. Тази концепция е също неясна, тъй като е трудно да се разбере какво означава "нормално функционираща икономика". Затова може би най-добре е да се мисли за естествената норма на безработица, като сумата от фрикционната и структурната безработица. Оценките на естествената норма варират от 4% до 6% безработица.

По този начин, когато макроикономистите говорят за поддържане на "пълна заетост", те имат предвид ограничаване на безработицата до фрикционния и структурния й компоненти. Тогава се достига потенциалния БВП, както стана ясно в деветнадесета глава. Ключов въпрос е: Колко голяма безработица е нормална/ кога е постигната пълна заетост?

Пълната заетост е ситуация, в която всеки, който има желание и възможност да работи, може да си намери работа. При пълна заетост измереното ниво на безработицата все още е положително, тъй като са налице фрикционно и структурно безработни.

Естествената норма на безработица се влияе от много фактори, но най-важните от тях са:

- Възрастовото разпределение на населението
- Мащабът на структурната промяна
- Нивото на реалната работна заплата
- Обезщетения за безработица

Възрастово разпределение населението. Икономика с относително по-младо население разполага с голям брой търсещи работа всяка година и е с високо ниво на фрикционна безработица. Икономика със застаряващо население има по-малко търсещи нова работа и ниско ниво на фрикционна безработица.

Мащаб на структурна промяна. Мащабът на структурна промяна понякога е малък. Същите работни места, използващи едни и същи машини, съществуват в продължение на много години. Но понякога има технологични катаклизми. Старите методи за производство са изместени и милиони работни места са загубени. Размерът на структурната безработица варира от темпа и обема на технологичните промени и промените в резултат от силната международна конкуренция, особено от бързо променящите се азиатски икономики.

Реална заплата. Нивото на естествената норма на безработица се влияе от нивото на реалната работна заплата.

Обезщетения при безработица. Обезщетенията за безработица увеличават естественото ниво на безработица, тъй като намаляват алтернативната цена на намирането на нова работа. Европейските страни имат по-щедри обезщетения за безработица и по-висок процент естествена безработица, отколкото Съединените щати.

Заети и безработни – основни понятия

Когато говорим за безработицата и се опитваме да я анализираме и да изработваме техники за нейното коригиране, първото нещо, към което се обръщаме, са съответните понятия и индикатори, чрез които да направим наблюденията си и да обобщим тенденциите.

Основните понятия, свързани с динамиката на пазара на труда, са следните:

- **Население** = Работна сила + лица извън работната сила.
- **Работна сила** = броят на заетите лица + броят на безработните.
- **Заети** = хора на 15 или повече години, които работят в продължение на най-малко 1 час/ден и получават възнаграждение за тази работа, или наети лица, които не работят поради отпуск по болест, бременност и майчинство.
- **Безработни** = хора на възраст 15 до 64, които нямат работа, но са търсят работа през последните четири седмици и са в състояние да започнат работа до две седмици. Безработни са и хората, които са намерили работа и ще започнат в срок от три месеца.
- **Хора извън работната сила** = хора на възраст 15 или повече години, които не са заети, нито безработни

С тези показатели помагат в изчислението на няколко съотношения. Равнището на безработица е съотношението на броя на безработните към общия брой на хората в работната сила.

- **Процент на безработица** = $\text{безработни} / (\text{заети} + \text{безработни})$
- **Процент на заетост** = $\text{заети} / \text{население над 15-годишна възраст}$
- **Коефициент на икономическата активност** = $(\text{работна сила} / \text{населението на възраст 15 или повече години}) \times 100$

Когато използваме някой от посочените индикатори или анализираме темповете на изменение на безработицата в дадена държава, задължително трябва да вземем предвид „ефектът на обезкуражения работник“.

Ефектът на обезкуражения работник. Много хора смятат, че коефициентът на безработица подценява каква част от хората са принудително без работа. Хората, които спират да търсят работа, се класифицират като отпаднали от работната сила, вместо да са безработни. По време на рецесия хората могат да се обезсърчат, че могат да намерят работа, и да спрат да търсят. Това намалява нивото на безработица, защото тези, които вече не търсят работа, не се броят като безработни.

За да покажем как действа ефекта на обезкуражения работник и как понижава нивото на безработица, нека предположим, че има 10 милиона безработни при работна сила от 100 млн. Това означава, равнището на безработица е $10/100 = 0,10$, или 10 на сто. Ако 1 милион от тези 10 милиона безработни спрат да търсят работа и отпаднат от работната сила, 9 милиона ще бъдат безработни при работна сила от 99 млн. Нивото на безработица ще падне до $9/99 = 0,091$, или 9.1%.

Връзка между инфлация и безработица - крива на Филипс

Зависимостта между инфлация и безработица (краткосрочна крива на Филипс) се изразява в това, че в условия на висок темп на икономически растеж и ниско равнище на безработица работната заплата и цените, като правило, бързо нарастват. Това се обяснява с факта, че наемните работници и техните профсъюзи много по-настойчиво искат повишение на заплатите в периоди, когато има голямо предлагане на работни места, а за фирмите е много по-лесно да повишават цените на произвежданата продукция - поради наличие на достатъчно голямо търсене. Обратното също е вярно – високата безработица забавя инфлацията. Така се формира кривата на Филипс – тя показва отрицателната връзка между безработица и инфлация в краткосрочен план. При движение по кривата на Филипс се илюстрира как при съкращаване на безработицата заплатите и цените се увеличават. Следователно, налице е обратна взаимозависимост между инфлацията и безработицата – когато инфлацията нараства, безработицата намалява; съответно, когато инфлацията намалява, безработицата нараства.

Дългосрочна крива на Филипс. Много икономисти отстояват тезата, че в дългосрочен период взаимовръзката между инфлация и безработица съществено се различава от зависимостта между двете явления в краткосрочен период. Утвърждава се мнението, че в *дългосрочен период* отсъства стабилна крива на Филипс, поради което тя се представя като вертикално разположена линия, съответстваща на естествената норма на безработица. Това означава, че в дългосрочен период естествената норма на безработица е съвместима с всякакви (високи, ниски) темпове на инфлация. Имайки предвид тази зависимост, икономистите стигат до извода, че обществото трябва да избира като **цел не по-високи, а по-ниски темпове на инфлация.**

Икономическа цена на безработицата - закон на Оукън

Прекомерната безработица води до големи икономически и социални разходи. Един от най-очевидните ефекти при наличието на голяма безработица е намаляването на съвкупния продукт. Законът на Оукън демонстрира колко точно е негативният ефект върху цялата икономика при увеличаване на безработицата.

Закон на Оукън. Основната икономическа цена за безработицата е пропуснатото, загубеното производство. Когато икономиката не успява да създаде достатъчно работни места за всички, които са в състояние и желаят да работят, част от потенциалът за производство на стоки и услуги е безвъзвратно загубен. Безработицата над естественото ниво означава, че обществото работи на ниво по-ниско от оптималния ѝ производствен потенциал (потенциален БВП).

Макроикономистът Артър Оукън е първият направил изследване за количествено определяне на връзката между нивото на безработицата и спада на БВП под потенциалното ниво. Въз основа на последните оценки, законът на Оукън показва, че за всеки 1 процентен пункт, с който действителното равнище на безработица надхвърля естествената норма, БВП намалява с около 2%. Ако приемем, че естествената норма на безработица в дадена страна е 6%, а безработицата през определен период възлиза на 8% (с 2 % над естествената норма), то отклонение ще доведе до спад на БВП с 4 %.

Поглед назад

Обобщение

Разграничаваме три основни вида безработица: фрикционна, структурна и циклична. Икономистите използват термина естествена норма на безработица, когато посочват нивото на безработица, която се проявява при нормално функциониране на икономиката. Тя представлява сумата от фрикционната и структурната безработица.

Естествената норма на безработица се влияе от фактори като възрастова структура на населението; мащаб на структурната промяна; ниво на реалната работна заплата; трудово законодателство.

Равнището на безработица е съотношението на броя на безработните към общия брой на хората в работната сила. Когато анализираме темповете на изменение на безработицата в дадена държава, задължително трябва да вземем предвид „ефектът на обезкуражения работник“. Обезкуражени работници наричаме хората, които спират да търсят работа и се класифицират като отпаднали от работната сила, вместо да са безработни. Това намалява нивото на безработица, защото тези, които вече не търсят работа, не се броят като безработни.

Кривата на Филипс илюстрира отрицателната връзка между инфлацията и безработицата - когато инфлацията нараства, безработицата намалява; съответно, когато инфлацията намалява, безработицата нараства. В дългосрочен план тази връзка не съществува, тъй като в дългосрочен план икономиката винаги функционира при пълна заетост независимо от ценовото равнище.

Законът на Оукън показва, че за всеки 1 процентен пункт, с който действителното равнище на безработица надхвърля естествената норма, БВП намалява с около 2%.

Основни понятия

Фрикционна безработица
Структурна безработица
Циклична безработица

Естествена норма на безработица
Крива на Филипс
Закон на Оукън

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Каква е разликата между фрикционната и структурната безработица?
2. Защо казваме, че икономиката е достигнала пълна заетост, когато цикличната безработица е нулева?
3. От кои фактори се влияе естествената норма на безработица?
4. Какво гласи законът на Оукън?
5. Каква е връзката между инфлация и безработица?

Есе

1. Анализирайте какви са основните разлики между трите вида безработица – фрикционна, структурна и циклична. Дайте пример за всеки един. Какви мерки могат да се предприемат за намаляване на безработицата?
2. Проверете статистическите данни за процента на безработица, регистриран в България през последните 10 години, и го сравнете със средния процент на безработица в ЕС през същия период (статистическа база данни на Евростат). Анализирайте разликите.

Библиография и полезни източници:

1. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр. 310-319.
2. Ракарова, С. Ст. Стефанов. (2014). Пътеводител по макроикономика. Нов български университет, стр. 204-225.
3. Abel, Andrew B., Ben S. Bernanke, Dean Croushore. (2008). Macroeconomics. 6th ed., Pearson Education, pp. 444-476.
4. Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue. (2008). Macroeconomics: Principles, Problems, and Policies. McGraw-Hill, pp. 129-134.
5. Parkin, Michael. (2012). Macroeconomics. 10th ed., Pearson Education, pp. 107-116.
6. Case, Karl E., Ray C. Fair, Sharon M. Oster (2012). Principles of Macroeconomics. 10th ed., Prentice Hall, pp. 129-138.
7. Институт за икономическа политика. (2015). Младежка безработица в България и страните от Централна и Югоизточна Европа, София, 2015. Книга, достъпна онлайн на сайта на организацията: www.epi-bg.org.
8. Сайт на Националния статистически институт: <http://www.nsi.bg>
9. База данни за всички страни от ЕС на Европейската статистическа служба, Eurostat: <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>.
10. Сайт на Националното бюро по икономически изследвания, САЩ: <http://www.nber.org/>.
11. Centre for Economic Policy Research (CEPR), сайт на организацията с много полезни материали и анализи: <http://cepr.org/>.
12. Световна банка, сайт на организацията с много материали и информация по теми тясно свързани с макроикономиката, вкл. инфлация и безработица: <http://www.worldbank.org>
13. Електронна страница с много икономически материали, статии и изследвания: <http://voxeu.org/>

Тема двадесет и пета: Пари и банки

Въведение

За икономиката като научна дисциплина парите представляват интерес по много причини. В стопанската дейност те изпълняват важна роля. Тя е свързана с това, че парите правят по-лесна размяната на стоките и услугите. Освен това при определени обстоятелства обемът на парите в икономиката оказва влияние върху равнището на икономическата активност и конкретно върху равнището на цените, номиналния съвкупен продукт и общата заетост. За разбирането на тези процеси е необходимо да изясним какво са парите и тяхната стопанска роля.

Какво са парите

За някои хора парите имат магическа сила – късчета метал и хартийки, които могат да бъдат разменяни за всички желани неща. Парите са важно средство, което е нужно за закупуването на дом, храна, дрехи, кола и много други неща. Те са обожествявани и като правило тяхната същност и роля са неправилно тълкувани в света около нас. Внимателното вглеждане в парите позволява на всеки да открие, че в наше време те са нищо повече от система от „жетони“ (чипове), които могат да бъдат разменяни за стоки и услуги. Тези „жетони“ нямат собствена фактическа стойност.

Собствената стойност на банкнота от 10 лева не е десет лева. Но ние всички сме уверени, че по някакъв особен начин тя трябва да е толкова, след като в замяна на банкнотата ние получаваме неща на стойност десет лева.

Какво правят парите

В икономиката под пари се разбира всяко нещо, което е общо признато и общо възприето като средство за размяна. По друг начин може да се каже, че хората ги приемат срещу всичко, което продават, защото са уверени, че другите хора също ще ги приемат. Няма никакво значение дали парите са направени от злато, мидени черупки или са просто късчета хартия. Докато хората желаят да ги приемат като платежно средство при продажбите на блага, те са пари.

Икономистите определят парите като общоприето средство за разплащане, всеобщ еквивалент на размяната при покупко-продажбата на стоки и предоставянето на услуги. Парите изпълняват три важни функции: служат като средство (посредник) за размяна, измерител на стойността и средство за натрупване. Всяко нещо (актив), което изпълнява тези функции, фактически служи като пари.

Парите са посредник при покупко-продажбите между хората и правят работата на пазара по-ефективна. Чрез тяхното участие или посредничество размяната или търговията протича по-лесно. Продавате това, което сте произвели (имате), получавате срещу него пари. С получените пари може да си купите това, което желаете. При отсъствието на пари хората разменят помежду си продукти. Пазарните отношения, при които директно се разменят продукти, се наричат *бартер*.

Бартерът, от гледна точка на съвременния разнообразен продуктов пазар, е рядко използвана форма на търговия, която изисква за осъществяване на размяната двойно съгласуване на интересите на страните. Това означава, че вие трябва да желаете това, което даден човек предлага за продан, а той да желае това, което вие предлагате за продан. Без наличието на пари е твърде трудно на хората да получат нещата, от които имат нужда, даже и когато разполагат със стойностни неща, които могат да разменят. В съвременния свят при наличието на огромно разнообразие от потребности и продукти, без наличието на парите като посредник при размяната, е просто невъзможно функционирането на икономиката. Парите улесняват търговията, ликвидират разходите от безсмислените сделки при бартера, създават условия за икономическа свобода при придобиване на стоки и услуги.

Парите служат и като измерител на стойността/ценността. Това означава, че те се използват за сравняване на стойността/ценността на различни неща около нас. Например, ако велосипедът се оценява като 300 лв. и 1 кг сирене като 15 лв., то 20 кг. сирене имат същата парична стойност от 300 лв. При наличието на пари стойността/ценността на всеки продукт се изразява само в пари. Всеки продукт има само една цена, измерена в определено количество парични единици, докато при бартера всеки продукт има множество цени, изразени с различни количества от други продукти. Така парите функционират като разчетна или сметна единица.

Третата функция, която парите изпълняват, е средство за натрупване. Това означава, че хората могат да използват парите като форма, в която държат богатството си.

От къде идват парите

За да изпълняват функциите на пари съответните активи трябва да притежават следните пет важни характеристики. Трябва да са дълговечни, общоприети, преносими, делими и със стабилна ценност.

За да бъде дадено нещо използвано като пари, то би следвало да има дълъг живот и да издържа дълго време като преминава от ръка в ръка. Съвсем не е случайно, че в древността първите монети са направени от злато и сребро. От гледна точка на историческото време хартиените пари са в употреба съвсем отскоро. В съвременните условия хартиените пари се считат дълговечни, защото, когато се износят, лесно могат да бъдат заменени с нови в обръщението.

Важна характеристика за парите е да бъдат общоприети от страните, които участват в размяната. Те трябва да бъдат признати за пари едновременно от купувачите и продавачите. На територията на България общоприето платежно средство към момента е националната парична единица – лев.

За да изпълняват функцията на посредник при покупко-продажбата нещата (активите), използвани като пари, трябва да бъдат лесно пренасяни от едно място до друго. Хартиените пари могат лесно да се пренасят в портмоне.

Друга важна характеристика на нещата, които служат като пари, е възможността да бъдат разделяни на части. Така се подпомага осъществяването на функцията на парите да бъдат мярка на стойността или да се използват като разчетна единица. Българският лев е разделен на сто части и се представя от сто монети със стойност единица или една стотинка. За удобство се „секат“ монети с различна стойност – една, две, пет, десет, двапетдесет, петдесет стотинки.

Не на последно място парите трябва да имат стабилна стойност. Когато вие спестявате част от текущо получения доход, например 100 лв., сте уверени, че след половин година с тези пари ще може да си купите не по-малка неща, които може да купите в текущия момент. Парите се използват като средство за натрупване само, ако хората имат гаранция, че те няма да загубят с времето покупателната си способност. Тази характеристика на парите в съвременните условия е относително налична. В предходната тема обсъдихме проблемите, свързани с цикличното развитие на икономиката и появата на периоди с висока инфлация.

Разновидности на парите

В съвременните условия страните по света използват като правило три разновидности на парите: монети, хартиени пари и кредитни/безналични.

Монетите или стотинките представляват малка част от парите в обръщение в България. Използваните към момента монети са с номинал от една, две, пет, десет, двайсет, петдесет стотни части от лева както и монета от 1 и 2 лев.

Българската народна банка има изключителното право да осигурява сеченето на монети, да ги пуска, да ги изтегля от обръщението и след това да ги унищожава. За разлика от миналото, монетите сега не се ценят за и според съдържанието си на благороден метал, а поради факта, че са приети като всеобщо платежно средство по силата на правителствено постановление със силата на закон. Правителството ги е обявило за „законно платежно средство“ на територията на страната. Това означава, че те трябва да бъдат приемани при плащането на всички задължения както частните, така и публичните.

Хартиените пари или купюрите, по често наричани банкноти, представляват преобладаващата част в парите в обръщение към настоящия момент. В късното средновековие хартиените „ноти“ постепенно започват да се използват в разплащанията, съобщаващи и гарантиращи, че притежателят на „ценната хартия“ има депозирани на съхранение съответното количество злато и сребро при банкер, ползващ се с обществено доверие. Това създава значителни удобства и икономии при размяната и осигурява на притежателя на банковата нота/банкнота при желание равностойността на благородните метали.

Книжните пари се налагат, заради очевидните им предимства пред пълноценните пари – монети. Освен, че се намалява риска при транспортирането на злато и сребро, създават се предпоставки и постепенно широко навлиза лихварството или отпускането на заеми/кредитирането срещу определена цена, наречена лихва. Наложилата се практика златото и среброто да не напускат трезора, позволява на първоначалните „банкери“ да емитират банкноти не като знак за депозит на злато или сребро, а като символ на „дълг“ към банката. Това увеличава количеството на книжните пари в обръщение, но гарантира при поискване конвертиране на банкнотата в съответното количество благороден метал.

Използването на книжни пари, които за разлика от монетите нямат своя собствена стойност, притежава един голям недостатък – емитирането/печатането на прекалено голям брой банкноти без обезпечение. Така при наличие на голям брой хартиени пари се създава инфлационен натиск и т.нар. „инфлационни балони“, които се спукват, когато хората изискват златното и сребърно обезпечение и създават големи катаклизми в икономиката. Стимул за прекомерното печатане на хартиени пари се наблюдава във всички държави във

времената на войни, когато властите използват банкнотите за финансиране на закупуването на оръжие и за поддържане на армията.

В съвременните условия кредитните пари представляват основната част от парите, които обслужват стопанската дейност или от паричното предлагане. За разлика от банкнотите и монетите те нямат реално или налично присъствие в обръщението. Първоначално кредитните пари са представени от банковите сметки на домакинствата, представителите на бизнеса или на публични институции. Те обхващат безсрочните депозити в банките и всички депозити, срещу които могат да бъдат подписвани платежни нареждания и пътнически чекове. Тези депозити се приемат за пари, защото се използват като средство за разплащане, мярка на стойността и средство за натрупване. Например, ако при продажба на продукти купувачът подава платежно нареждане за кредитен превод към продавача (контрагент) в съответната банка, в която е разкрил сметка, при спазването на определени правила, утвърдени от БНБ, заплащането се извършва като операции по сметките на купувача и продавача. С развитието на комуникационните и информационните технологии тези операции като правило се извършват електронно с използването на т.нар. „електронен подпис“ на притежателя на сметка. За ефективното разплащане между контрагентите в страната и чужбина и извършване на плащания към бюджета (данъци, осигуровки и др.) банките предлагат разкриването на специални разплащателни сметки за физическите и юридическите лица.

Как банките правят пари

Интерес представлява как банките като група/система са в състояние да създават или предлагат пари и как Централната Банка (банката на банките) влияе върху капацитета на банките да правят пари. Веднага трябва да уточним, че става дума за кредитните пари в икономиката.

Да си припомним, че безсрочните депозити, които нямат фиксиран срок, могат да се конвертират в пари в брой или да се преведат чрез банково нареждане или чек по всяко време без каквито и да е санкции. Очевидно има два начина, чрез които възникват или променят размера си тези кредитни пари. Първият начин включва внасянето на налични банкноти и монети по депозитна сметка или внасянето на пари по безналичен път. Вторият начин предполага вземането на заем от банка и влягането им в депозитна сметка. Само вторият начин предизвиква нарастване на предлагането на пари.

При първия начин за парична транзакция парите просто преминават от едни ръце в други. Например вие сте помогнали на вашия съсед да почисти гаража си и той ви е дал 50 лв. за услугата. Вместо да ги изхарчите, ви ги внасяте във вашата депозитна сметка. В този случай съседът ви е обеднял с 50 лв., с които вие сте станали по-богати. Никакви нови пари не са създадени. Фиксираното количество 50 лв. преминава от един собственик към друг.

При втория начин за парична транзакция, обаче, е налице нарастване на количеството на парите. Например Стоян Терзиев отива в своята банка и получава заем от 800 лв. Банката разкрива разплащателна сметка, чиято стойност е равна на величината на заема. Така Стоян, напускайки банката, разполага с 800 лв. кредитни пари. В същото време нито една сметка на когото и да е друг не е намаляла с 800 лв. Банката на Стоян е създала 800 лв. и така предлагането на пари в страната се е увеличило с този обем. Има ли

някаква магия? Могат ли банките да създават толкова пари, колкото желаят само чрез отпускането на заеми на своите клиенти?

Отговорът на тези въпроси е „не“. Нито има чудо, нито банките могат безконтролно да правят пари чрез отпускане на заеми. ЦБ чрез изискванията за *минимален задължителен резерв* регулира кредитната активност на банките в страната.

Всяка ТБ е законово задължена да поддържа минимални задължителни резерви, които се държат на депозит в ЦБ. Те се определят като процент от стойността на привлечените от банката депозити. ЦБ не изплаща лихви по тези депозити. Например, ако дадена банка има 10 млн. лв. като депозити и нормата на задължителните резерви е 10%, то тя трябва да депозира в ЦБ 1 млн. лв. като задължителен резерв. Ако резервната норма е 12%, то 1.2 млн. лв. трябва да се съхраняват като задължителен резерв. Според действащото в България законодателство задължителните минимални резерви не трябва да бъдат повече от 15% от депозитите, които съответната банка е привлякла.

Като правило депозитите на всяка една банка, в т.ч. и задължителния резерв в ЦБ, плюс наличните парични средства, които се определят като *действителни резерви*, надвишават обема на задължителните резерви. Разликата между действителните резерви и задължителните резерви се нарича *свръхрезерви*. Всяка банка е в състояние да отпуска заеми само в съответствие с величината на своите свръхрезерви. Ако, например, банката разполага с 12 млн. лв. действителни резерви, от които 10 млн. лв. са задължителни резерви, то тя разполага с 2 млн. лв. свръхрезерви, които може да използва за отпускане на заеми. По този начин тя би създавала пари и би увеличавала паричното предлагане.

Знаейки как отделната банка създава безналични пари, да разгледаме този процес от гледна точка на системата от ТБ в страната. Тази система поради свързаността на банките може да създаде много по-голямо количество кредитни пари в сравнение с резервите, които отделните банки притежават.

Да предположим, че Ралица Димитрова е получила дарение 1 000 лв. от леля й от Америка, които веднага депозира по сметка в ТБ1. Как това ще се отрази на кредитните възможности на банката? Ако резервната норма е 10%, то ТБ1 трябва да отдели 100 лв. като изискван резерв. Останалите 900 лв. представляват свръхрезерви, които банката може да използва за отпускане на нови заеми и така да разширява количеството на парите в системата.

Да предположим, че Кирил Тодоров получава кредит от ТБ1 от 900 лв. и ги влага в разплащателно сметка в ТБ2. Така тази банка получава нов резерв от 900 лв., от които 10% трябва да съхранява като задължителни резерви. Като извадим от 900 лв. задължителните 90 лв., на разположение на банката като свръхрезерви ще останат 810 лв., които могат да се използват за отпускане на нови заеми.

Първа търговска банка (ТБ1)		Втора търговска банка (ТБ2)	
Активи	Пасиви	Активи	Пасиви
Резерви 100.00	Депозити 1 000.00	Резерви 90.00	Депозити 900.00
Кредити 900.00		Кредити 810.00	
Общо активи 1 000.00	Общо пасиви 1 000.00	Общо активи 900.00	Общо пасиви 900.00

Таблица 25.1. Създаване на пари при наличие на две ТБ

Оказва се, че общото количество пари, предлагано от първата и втората банки, свързано с първоначалният депозит от 1 000 лв. е 1 900 лв., от които 190 лв. са задължителните резерви.

Колкото по-малка е величината на нормата на минималните задължителни резерви и колкото по-голямо е увеличаването на свръхрезервите на ТБ, толкова по-голямо е количеството на нови пари, което банковата система е в състояние да създаде. Очевидно нормата на резервите, която се определя от ЦБ, представлява мощен инструмент за въздействие върху банковата система. Ще разгледаме в следващите теми този и други инструменти, които ЦБ може да използва при провеждане на парична политика и регулиране на предлагането на пари в икономиката.

Степен на ликвидност

В съвременния свят твърде голям брой активи изпълняват в една или друга степен функциите на парите. Тези, които безпрепятствено ефективно могат да участват в разплащанията се приемат за високо или бързо *ликвидни*. Определянето на общото количество пари в икономиката на страната има изключителна важност за необходимостта и посоката на намесата на правителството в работата на паричния пазар.

За измерване на паричното предлагане в страната се използват *парични агрегати*. Те отразяват сумата от задълженията на банковата система към населението и фирмите под формата на монети и банкноти в обръщение, безсрочни, срочни и спестовни депозити. Определят се чрез информацията, извлечена от пасивите на БНБ и търговските банки. Дефинирането на паричните агрегати се свързва със степента на ликвидност на финансовите инструменти, изпълняващи функциите на пари. Като критерии за *ликвидност* се използват възможността за прехвърляне, за конвертиране (обмяна), матуритет (остатъчен срок до падежа/връщането на разрешен от банката кредит) и период на предизвестие на финансовите активи.

Парични агрегати

В България с най-висока степен на ликвидност е паричният агрегат „тесни пари“, обозначаван като M1. Включва монетите и банкнотите в обръщение извън банките, т.нар. паричен агрегат M0, и безсрочните депозити, които нямат фиксиран срок, могат да се конвертират в пари в брой или да се преведат чрез банково нареждане или чек по всяко време без каквито и да е санкции. Паричният агрегат M2 се определя като „междинни пари“, обединява паричния агрегат M1 и „квази парите“, наричани още „почти пари“. *Квази парите* включват финансови активи под формата на срочни депозити и спестовни влогове. Те се използват по-скоро за натрупване/спестяване, отколкото за размяна и обръщение, държат се по сметки, които носят определена лихва. За превръщането им в пари и използването им при разплащане е необходимо определено време и поемането на определени негативи. Паричният агрегат M3 се определя като „широки пари“, обхваща агрегата M2 и най-ниско ликвидните търгуеми финансови инструменти – споразумения за обратно откупуване, акции и дялове на фоновете на паричния пазар и издадените дългови ценни книжа до две години.

Поглед назад

Обобщение

Парите са общоприето средство за разплащане, всеобщ еквивалент на размяната. Изпълняват три важни функции: средство (посредник) за размяна, измерител на стойността и средство за натрупване. Банките като група/система създават или предлагат кредитни пари, а Централната Банка (банката на банките) влияе върху капацитета на банките да правят пари чрез определяне размера на задължителните резерви. Парите, които безпрепятствено ефективно могат да участват в разплащанията, се приемат за високо или бързо *ликвидни*.

Основни понятия

Пари

Средство за размяна

Измерител на стойността

Банки

Централна банка

Ликвидност на парите

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. В какво се изразява ликвидността на паричните активи?
2. Защо депозитните сметки в банките се приемат за пари?
3. Какво се има предвид под „почти пари“?

Есе

1. Обяснете как банките създават кредити. Означава ли това, че те създават пари?
2. Каква е ролята на задължителните резерви на банките и как се използват наличните свръхрезерви?

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбирате икономиката. Нов български университет, стр. 282-320.
2. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, 368-404.
3. Ракарова, С., Ст. Стефанов. (2014). Пътеводител по макроикономика. Нов български университет, стр. 250-270.
4. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 625-644.
5. Sloman, John. (2003). Economics, Sixth edition, Pearson, pp. 478-504.
6. Colander, David (2003). Economics, McGraw-Hill, pp. 621-640.
7. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 453-474.

Тема двадесет и шеста: Парите в икономиката

Въведение

Парите създават покупателната сила в икономиката. Колкото повече пари (активи) има в икономиката, толкова по-значителна е мощта на покупателната сила. За да разберете значението на парите за стопанството нека си представим какво ще се случи, ако покупателната сила изведнъж изчезне. Това е абсурдно, но ако все пак би станало, то икономическата система ще колабира. Размяната (търговията) в стопанството ще бъде блокирана. От друга страна, да предположим, че за една нощ покупателната сила в икономиката се е увеличила двойно. Това също ще има драматичен ефект, защото потенциалното търсене ще придобие силата на цунами.

Тези елементарни примери показват колко е голямо значението на количеството на парите в икономиката или покупателната сила. По тази причина е важно да се разбере как обемът на парите в икономиката може да бъде променян.

Значение на лихвените норми

Основната част от парите в икономиката са кредитните пари. Банките, при зададен задължителен резерв от Централната банка, управляват действителните си резерви и в съответствие със свръх резервите отпускат заеми. Даването на заеми/кредити не е безплатно, а има своя цена, която се нарича лихва.

Лихвата е цената на кредитните пари, която се определя като процент от заетата сума. По тази причина на практика като цена на парите се приема нормата на лихвата или лихвения процент. Те оказват върху търсенето същия ефект, който имат останалите цени. Колкото по-евтино е вземането на заем, толкова по-голямо е търсенето количество на заемните фондове. При нарастване на нормата на лихвата, обратното, търсенето количество на заемните фондове намалява.

Въпреки че ЦБ получават основната част от фондовете си чрез депозити, при определени ситуации те вземат заеми/кредити от ЦБ. Ако дадена търговска банка очаква например големи непланирани тегления на депозирани средства, може да и се наложи да вземе заем от ЦБ, за да посрещне исканията на клиентите си. Заемите се отпускат срещу лихва, която се определя от т.нар. *сконтов или основен лихвен процент*.

Чрез определяне на сконтовия процент ЦБ може да стимулира или обезсърчава желанието на банките да вземат заеми. Теоретично ниският сконтов процент може да накара банките да теглят повече заеми, отколкото е необходимото. По такъв начин те подсилват действителните си резерви и увеличават свръх резервите си.

Мястото на Българската народна банка

ЦБ е независима и самостоятелна институция, която единствена притежава монопол върху създаването на наличните пари, които изпълняват функцията на законно платежно средство. В съвременните условия тя ръководи банковата система и се определя като банка на банките в страната. Работи не за да получава печалба, а за да поддържа

стабилност на паричната единица като реализира правителствени политики, насочени към регулиране на количеството на парите (паричното предлагане) в икономиката.

Централната банка на България е Българска народна банка (БНБ). Тя е основана през 1879 г. Нейната независимост е гарантирана чрез устройствения ѝ закон или Закон за БНБ. От 1 януари 2007 г. е пълноправен член на Европейската система на централни банки.

За да бъде осъществена основната цел, която е възложена на ЦБ – поддържане стабилността цените в икономиката чрез осигуряване на стабилност на националната парична единица, БНБ осъществява системен контрол върху дейността на другите банки. Това създава предпоставки за стабилност на банковата система и защита интересите на вложителите. БНБ съдейства за създаването и функционирането на ефективни платежни системи и провежда надзор върху работата им. Тя е единственият емисионен институт в България и поддържа паричното обръщение в стопанството. БНБ изпълнява функциите на фискален агент и депозитар на държавата.

Основните функции на БНБ намират израз в нейната организационна структура. Към настоящия момент (2016 г.) банката се управлява от Управителен съвет. В рамките на БНБ функционират четири управления: „Банков надзор“, „Банково“, „Фискални услуги“ и „Емисионно“.

Банковият надзор е от решаващо значение за стабилността на страната. Заедно с ефективната макроикономическа политика на правителството, надзорът на дейността на кредитните институции в България като основна функция на БНБ цели поддържане на стабилна банкова система и защита интересите на вложителите. По предложение на подуправителя на управление „Банков надзор“ се инициира издаването или отнемането на разрешение за банкова дейност (лиценз). Надзорът предполага и системно наблюдение на дейността на банките в страната чрез анализ на задължителните отчети, които те представят в БНБ, и чрез инспекции на място.

БНБ определя с наредба размера на *задължителните минимални резерви*, които банките са длъжни да поддържат при нея, метода за изчисляването им, както и условията и случаите за плащане на лихва върху тях. Тази норма е мощен инструмент в ръцете на ЦБ да влияе върху банковата система и да контролира предлагането на пари в икономиката.

Съгласно закона за БНБ централната банка отговаря за организирането, поддържането и развитието на *платежните системи* в страната като следи за ефективната им работа и осъществява надзор върху тях. Платежната система е системата за прехвърляне на средства, която функционира на базата на правила и процедури за обработка, зачитане на взаимни искания и задължения и окончателно прехвърляне на средства по разплащателни сметки на участниците в платежния процес, с което плащането между банките, участващи в платежната транзакция приключва.

ЦБ в лицето на БНБ чрез Управление „*Фискални услуги*“ разработва прогнози и управление на касовите потоци на бюджета на правителството. БНБ е институцията, която чрез банките организира и осъществява касовото изпълнение на приходите и разходите на държавата, утвърдени от Народното събрание като Закон за държавния бюджет. БНБ изпълнява ролята на депозитар на държавни и на гарантирани от държавата дългове. Тя организира дейността по реализирането на безналични Държавни ценни книжа (ДЦК) от името и за сметка на държавата. ДЦК се емитират по решение на министъра на финансите и съществуват под формата на счетоводни и електронни записи в програмни системи, удостоверяващи собствеността върху тях.

Операции на открития пазар

Операциите на открития пазар означават купуването и продаването на държавни ценни книжа (ДЦК) от ЦБ на открития пазар. Терминът „открит пазар“ отразява факта, че продажбата и покупката се провежда на такива пазари за ценни книжа, на които участват както ТБ, така и обикновените граждани и фирми. Обикновено законодателството забранява на централните банки да купуват ДЦК директно от правителството.

Под държавни ценни книжа се разбират всички дългови ценни книжа емитирани от Министерството на финансите на Р България, което действа от името на държавата. Като правило ДЦК се емитират/издават от държавата, когато в държавният бюджет се констатира недостиг на приходи за финансиране на необходимите разходи – текущи разходи, инвестиции, субсидии и др. Или ДЦК са инструмент за финансиране на държавен дълг – вътрешен и външен. Те се различават в зависимост от (1) срока, за който се издават, (2) начина, по който се формира доходността от тях, (3) дали се емитират на вътрешния или на международния пазар, (4) от данъчния им режим, (5) дали са налични или безналични. Притежателите на ДЦК получават лихвени плащания на определени фиксирани дати, на базата на предварително определено правило и главнично плащане по номинална стойност на датата на падежа на ценната книга.

В зависимост от матуритета или времето между датата на издаването и датата на падежа ДЦК се определят като съкровищни бонове и съкровищни облигации. Съкровищните бонове са с матуритет до 1 година включително. Най-често съкровищните бонове се издават за срок от 3, 6 и 12 месеца. Съкровищните облигации са ДЦК с матуритет повече от една година – например 3, 5, 10, 25 години. По тях доходът се формира като правило под формата на лихва върху номиналната стойност на книгата.

Чрез участието си на открития пазар ЦБ влияе върху избора на хората дали да държат временно свободните си парични средства под формата на банкови депозити или да купуват ДЦК. Когато ЦБ купува ДЦК тя увеличава притока на резерви към банките и, обратното, когато ги продава тя намалява депозитния приток. Като прави ДЦК по-изгодни или по-неизгодни според получавания от тях доход, ЦБ регулира паричното предлагане, размера на банковите резерви и нивото на лихвените проценти.

Когато ЦБ си поставя за цел да увеличи лихвите и да намали кредитната активност на банките (предлагането на пари), тя активно продава ДЦК. На открития пазар се случват събития, които се наблюдават на всички останали пазари. Нараства предлагането на ДЦК и, при равни други условия, текущата им пазарна цена започва да намалява. И тъй като доходът от ДЦК казано опростено е разлика между цената при покупката и номиналната стойност, то доходността им се повишава. Банките и населението са мотивирани да ги купуват като използват депозитните си ресурси. Като следствие свръх резервите на банките намаляват и намалява тяхната кредитна активност. И като завършек на подобна активност на ЦБ лихвите върху кредитите нарастват, което демотивира хората да вземат кредити.

Ако ЦБ има за цел да стимулира кредитната активност и да намали равнището на лихвените проценти, започва активно да изкупува ДЦК на открития пазар. Повишеното търсене стимулира нарастването на текущата пазарна цена на ценните книжа на държавата. Доходността им започва да намалява и това ги прави непривлекателни за купувачите. Притокът на пари от ЦБ към ТБ и хората при покупката на ДЦК води до

нарастване на свръх резервите на банките. Създава се възможност за увеличаване на кредитната дейност на банките. В крайна сметка лихвите падат, което мотивира хората да вземат кредити.

Операциите на открития пазар са най-предпочитаният инструмент от ЦБ за въздействие върху паричното предлагане и за провеждане на съответна парична политика. В случая инициативата е изцяло в ръцете на ЦБ и резултатите са налице относително бързо. Като цяло операциите на открития пазар позволяват по-фино или по-силно да се въздейства върху банковите резерви и върху кредитната активност на банките.

Важността на „способността за разходи“

Равнището на разходите, които правят икономическите субекти, са свързани с жизнената сила на икономиката. Парите, които могат да се харчат, представляват ефективното пазарно търсене. Високите равнища на търсенето предполагат добри бъдещи продажби. Оптимистичните очаквания за нарастване на продажбите стимулират производителите да увеличават произвежданите количества продукти. За да нарасне производството е необходимо привличането на повече ресурси, в т.ч. нарастване на заетостта на работната сила.

Високото равнище на разходите означават високо равнище на произвеждания продукт и на заетостта. В крайна сметка това рефлектира във високи доходи за собствениците на ресурсите и за по-високо благосъстояние на хората в икономиката. Недостига на пари в икономиката като цяло и ниското равнище на разходи има обратния икономически ефект. Равнището на произведения продукт е ниско, ниска е заетостта и като цяло благосъстоянието.

Прекомерни разходни равнища

В реалното стопанство голяма опасност възниква, когато равнището на разходите нараства твърде бързо, а равнището на производството не е в състояние да се съобрази с високото търсене. При наличие на голямо търсене и ниско равнище на предлагане в икономиката възниква недостиг/дефицит и като следствие цените нарастват. Нарастването на общото равнище на цените означава инфлация.

При тези обстоятелства правителството има основание да се намеси в работата на паричния пазар и да регулира предлагането на пари в икономиката. Ако е налице твърде голямо равнище на разходите, което предизвиква инфлационен натиск, то правителството може да предприеме мерки за съкращаване на равнището на разходите. Чрез ЦБ то може да направи количеството на парите по-малко и по-скъпи. В крайна сметка това ще доведе до охлаждане на икономиката и намаляване на разходите.

От друга страна, ако равнището на разходите в икономиката е ниско, то равнищата на продукта, заетостта и дохода също ще са ниски. В този случай правителството може да опита да стимулира икономиката. Като направи парите по-евтини и по-достъпни правителството би насочило икономиката към нарастване на разходите.

Поглед назад

Обобщение

Парите са мощно средство, чрез което се осъществяват разходите в икономиката. По тази причина те влияят върху производствения резултат, заетостта, доходите и цените. Чрез промяна на лихвените норми, използвайки наложените парични инструменти, правителството може да променя „способността за разходи“ и в крайна сметка да влияе върху равнището на икономическа активност в страната.

Основни понятия

Лихвена норма

Парична политика

Операции на открития пазар

Задължителни резерви

Съвкупни разходи

Българска народна банка

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Кои са трите елемента, които трябва да присъстват на всички пазари?
2. Кои са нещата, които могат да превърнат пазара в несъвършено конкурентен?
3. Кой приема решения в рамките на свободния пазар?

Есе

1. Опишете как цените оказват влияние върху приемането на решения в сферата на производството и потреблението.
2. Изяснете смисъла на понятието „пазар“, който се влага от икономическата теория.

Библиография и полезни източници:

1. Ракарова, С. (2015). Да разбираме икономиката. Нов български университет, стр. 282-320.
2. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, 368-404.
3. Ракарова, С., Ст. Стефанов. (2014). Пътеводител по макроикономика. Нов български университет, стр. 250-270.
4. Baumol, W., Alan Blinder. (2010). Economics: Principles and Policies, 11th edition, Cengage, pp. 625-644.
5. Sloman, John. (2003). Economics, Sixth edition, Pearson, pp. 478-504.
6. Colander, David (2003). Economics, McGraw-Hill, pp. 621-640.
7. Samuelson, Paul, W. Nordhaus. (2010). Economics, 19th edition, McGraw-Hill, pp. 453-474.
8. Официален сайт на Българска народна банка: www.bnb.bg

Тема двадесет и седма: Управление на икономиката чрез парична политика

Въведение

Голяма част от нашия живот се определя от състоянието на икономиката, от която сме част и където оперираме. Поради това е особено важно да се осигури устойчив и постоянен темп на растеж. Това налага държавата да се фокусира върху управление на текущите колебания на икономиката с цел да ги изглади и да гарантира, доколкото е възможно, безпроблемно икономическо развитие, без разорителни и продължителни спадове, но и без прекомерни бумове. Правителствата се стремят да постигнат тази цел чрез провеждането на макроикономическа политика в две направления – фискална и парична политики.

В рамките на тази и следващата глави ще разгледаме основните направления на макроикономическата политика, характеристиките на паричната и фискалната политики, техните инструменти и ефектите, които можем да очакваме от прилагането им.

Първо ще разгледаме естеството на паричната политика като въведем основните инструменти на разположение на държавата в тази сфера и анализираме техния ефект върху темповете на икономически растеж. Ще бъдат дефинирани видовете парична политика и проблемите, с които се сблъсква държавата, когато използва инструментите на паричната политика за влияние върху бизнес цикъла.

Същност на паричната политика

Паричната политика се извършва от Централната банка. ЦБ притежава компетенциите да провежда парична политика, тъй като е независима институция, която притежава монопол върху емитирането на банкноти и монети в дадена държава (припомнете си глави 25 и 26). Това означава, че дадена добре функционираща централна банка може самостоятелно, независимо от други власти да определя и променя количеството на парите в икономиката. Именно това представлява паричната политика: определен набор от мерки, предприети от независима централна банка, които водят до промяна в паричното предлагане и имат за цел определен макроикономически резултат. Най-често съвременните централни банки си поставят за цел поддържането на стабилно ценово равнище, т.е. управление на инфлацията. Тази цел се нарича „инфлационно таргетиране“. Европейската централна банка, например, има основна цел да поддържа стабилна, относителна ниска инфлация от около 2% годишно. Някои централни банки си поставят две цели при прилагането на парична политика. Например, Федералният резерв (централната банка на САЩ) има двойна цел на паричната си политика: 1) ниска инфлация и 2) заетост.

Инструменти на паричната политика и видове парична политика

След като изяснихме, че паричната политика представлява съвкупност от действия от компетенцията на централната банка за промяна на паричното предлагане, то нека да видим с какви механизми точно разполага централната банка, за да може да променя количеството на парите в икономиката. В рамките на предходните две глави тези действия

на разположение на ЦБ бяха въведени и описани. Сега ще покажем как биват използвани като инструменти за макроикономическа стабилизация.

Можем да очертаем три основни инструменти за оказване на влияние върху предлагането на пари и, съответно, за въздействие върху икономическите циклични колебания:

- 1) **Операции на открития пазар**: това представлява процесът на закупуване или продаване на държавни ценни книжа от/на търговски банки или финансови компании (вж. глава 27).
- 2) **Промени в дисконтовия процент**: дисконтовият лихвен процент представлява лихвения процент, по който централната банка може да предостави кредит (обикновено става въпрос за много краткосрочни периоди) на търговските банки, ако те имат затруднения с ликвидността. Нарича се още основен лихвен процент. Когато централната банка променя дисконтовия /основен/ лихвен процент, тя може да стимулира или да дестимулира търговските банки да искат кредити от нея (вж. глава 26).
- 3) **Промени в изискуемия процент на задължителни резерви**: минималните задължителни резерви представляват определен процент от депозитите в банките, които те задължително трябва да пазят и не трябва да ги използват за кредити (припомнете си повече в глава 26). Чрез промяната на процента на задължителните резерви централната банка може да насърчи или да ограничи кредитната активност на търговските банки (припомнете си процеса на „създаване на пари“ от глава 26).

Нека да разгледаме по-подробно как точно действията на централната банка във всяка от трите посочени сфери оказва влияние върху паричното предлагане и така и върху макроикономическото състояние.

Покупка на държавни ценни книжа от страна на централната банка инжектира нови пари в банковата система и увеличава паричното предлагане. Продажба на държавни ценни книжа от страна на централната банка намалява парите в банковата система.

Когато централната банка намалява основния лихвен процент, тя улеснява достъпа на търговските банки до ликвидни средства и, ако те реагират на намалението чрез вземане на повече пари от централната банка, количеството на парите в икономиката ще се увеличи. При увеличение на основния лихвен процент, централната има за цел да намали паричното предлагане. Основен проблем при тази мярка е, че ефектът не е изцяло под контрола на централната банка. Колко кредита ще бъдат изтеглени зависи от предпочитанията на търговските банки, така че централната банка не може да предскаже предварително как промяна в сконтовия процент ще се отрази на паричното предлагане.

Когато централната банка увеличава процента на минималните задължителни резерви, тя намалява парите на разположение на банките за кредитна дейност, следователно намалява паричното предлагане. Когато намалява процента на задължителните резерви, централната банка цели увеличаване на парите в икономиката. Основен проблем на тази мярка е, че ефектът ѝ не може да бъде прецизиран. Много малки промени в изискуемите резерви може да доведе до големи промени в паричното предлагане, но може и да са незначителни.

Когато икономиката изпитва затруднения и се наблюдава спад в съвкупното производство, централната банка ще използва инструментите на паричната политика така,

че паричното предлагане да се увеличи. Тогава централната банка прилага експанзивна парична политика: политика, която разширява (увеличава) предлагането на пари.

Когато икономиката прегрява, инфлацията расте с бързи темпове и централната банка трябва да се намеси, за да се стабилизира ценовото равнище и да се успокоят пазарите, то тя ще цели намаляване на паричното предлагане и ще упражнява рестриктивна парична политика: политика, която свива (намалява) предлагането на пари.

Таблицата обобщава всички мерки, които централната банка предприема, и техния ефект:

<i>Вид парична политика</i>	<i>Действие</i>	<i>Промяна в паричното предлагане</i>
Експанзивна	Покупка на открития пазар	Нараства
Рестриктивна	Продажба на открития пазар	Намалява
Експанзивна	Намаляване на дисконтовия %	Нараства
Рестриктивна	Вдигане на дисконтовия %	Намалява
Експанзивна	Сваляне на МЗР	Нараства
Рестриктивна	Вдигане на МЗР	Намалява

Таблица 27.1. Видове парична политика

Паричната политика в България може да се упражнява от Българската народна банка. Важно е да се знае, че **инструментите на паричната политика, които са на разположение на БНБ, са силно ограничени**, както като количество, така и като краен ефект. Това се дължи на факта, че България оперира в **система на паричен съвет (или валутен борд)** от 1997 г. до момента. БНБ може да използва само инструмента на минималните задължителни резерви. Операциите на открития пазар и промените в сконтовия процент са елиминирани в резултат от функционирането на системата на паричен съвет в страната. Тези ограничения са посочени в действащия закон за БНБ.

Системата на паричен съвет в България представлява фиксиране на валутния курс на българския лев към официалната валута в Германия (в началото, германската марка, след 1999 г. - към еврото). В момента едно евро представлява 1.95583 лева и това съотношение не се променя. Системата на паричен съвет забранява на БНБ да печата нови пари, освен ако не е осигурила покритие на новите банкноти в евро. Най-общо, ако БНБ иска да напечата една банкнота от 10 лева и да я пусне в обращение, тя трябва да задели в резерв около 5 евро, които се явяват обезпечение на новата банкнота. По този начин се елиминира възможността за неразумно печатане на пари, което представлява едно от предимствата на паричния съвет. От друга страна, системата на паричен съвет е много консервативна и на практика лишава централната банка от възможността на упражнява парична и валутно-курсова политика. Това, от своя страна, силно ограничава наличните действия пред държавата за макроикономическа стабилизация и антициклични политики.

Ефект от паричната политика върху съвкупното търсене. Трансмисионен механизъм

Процесът, чрез който решенията по паричната политика влияят върху икономиката като цяло и върху равнището на цените, в частност, се нарича **трансмисионен механизъм**.

Макар, че трансмисионният механизъм на паричната политика се характеризира с дълги, променливи и несигурни времеви лагове и често е трудно да се предскаже точното въздействие на паричната политика върху икономиката и равнището на цените, паричната политика на централната банка е основен инструмент пред държавата за коригиране на икономическия цикъл и смекчаване на неговите негативни ефекти върху хората (в България не е така поради системата на паричен съвет).

В основата на трансмисионния механизъм стои възможността пред централната банка да определя основния лихвен процент, което пряко влияе на лихвените проценти на паричния пазар и косвено влияе на лихвените проценти по кредитите и по депозитите, предлагани от банките на клиентите. По този начин се променят очакванията на икономическите субекти по отношение на средно- и дългосрочните лихвени % и бъдещата инфлация. Съобразно тези свои очаквания за бъдещето, домакинствата и фирмите вземат решения за спестяванията и инвестициите си. Например, очаквания за повишаване на лихвените проценти ще направят кредитите по-малко атрактивни. Така инвестиционната активност може да бъде стимулирана или ограничена в зависимост от макроикономическите тенденции и опасности. Промяната в инвестиционните планове на икономическите субекти води до промени в съвкупното търсене.

Проблеми при прилагането на парична политика

Действия на търговските банки

Един от основните проблеми на паричната политика е, че ефектът от предприетите мерки е опосредстван от поведението на търговските банки. Чрез своите действия централната банка може да оказва влияние на търговските банки, но не може да въздейства пряко на реалния сектор и на съвкупното търсене. Централната банка увеличава ликвидността на търговските банки, но не може да ги накара да увеличат кредитите чрез свръхрезервите.

Капан на ликвидността

Капан на ликвидността е налице, когато в периоди на стагнация централната банка прилага мерки за увеличаване на паричното предлагане, но лихвените проценти вече са толкова ниски, че няма как по-нататъшно увеличение на ликвидността да доведе до смъкване на лихвите. Получава се парадокс – лихвите са много ниски, но въпреки това инвестиционната активност не се възстановява, и централната банка няма повече поле за действие.

Преобладаващи очаквания за бъдещето на пазара

По-високите нива на лихвите (резултат от рестриктивна парична политика) понякога не са достатъчни, за да попречат на лицата да харчат и потребяват повече. В такива периоди се оказва, че еуфорията на пазара е толкова голяма, че действията на централната банка не са ефективни. В период на криза бизнесът може да не е заинтересован да инвестира, въпреки ниската лихва, заради песимистични очаквания за развитието на пазарите в бъдеще.

Либерализация и глобализация

Днес икономиките са силно обвързани помежду си, вкл. на финансовите пазари. Това може да доведе до ситуация, в която опитите на централната банка да ограничи

вътрешното търсене и да свие количеството на парите в икономиката (в периоди на подем) да доведат до по-голямо търсене на пари на международните пазари и приток на чуждестранни капитали в съответната страна (това обикновено означава увеличаване на външния дълг).

Поглед назад

Обобщение

Инструментите, с които разполага държавата, за да провежда макроикономическа стабилизационна политика, са в две основни направления: 1) фискална политика; 2) парична политика.

Паричната политика се упражнява от централната банка. Инструментите на паричната политика са три: 1) операции на открития пазар; 2) промяна на основния лихвен процент; 3) промяна на процента на минималните задължителни резерви. Когато централната банка купува държавни ценни книжа на открития пазар, намалява основния лихвен процент и намалява минималните задължителни резерви, то тя провежда експанзивна парична политика. Противоположните действия представлява рестриктивна парична политика и имат целта да намалят количеството на парите в икономиката. Системата на паричен съвет в България не позволява на БНБ да провежда парична политика.

Основни понятия

Експанзивна парична политика
Рестриктивна парична политика
Инфлационно таргетиране

Паричен съвет или валутен борд
Трансмисионен механизъм
Капан на ликвидността

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Кои са инструментите на паричната политика? Какъв е механизмът на въздействие върху съвкупното търсене?
2. Какви са основните проблеми при прилагането на парична политика?

Есе

1. Потърсете повече информация за действията на Европейската централна банка в периода 2010-2016 г. с цел преодоляване на кризата в Еврозоната. Какви са основните проблеми, с които се сблъсква?
2. Какви са основните характеристики на системата на паричен съвет в България? Какви са основните предимства и недостатъци на тази система?

Библиография и полезни източници:

1. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр. 406-446
2. Abel, Andrew B., Ben S. Bernanke, Dean Croushore. (2008). Macroeconomics. 6th ed., Pearson Education, pp. 360-443.

3. Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue. (2008). Macroeconomics: Principles, Problems, and Policies. McGraw-Hill, pp. 258-279.
4. Parkin, Michael. (2012). Macroeconomics. 10th ed., Pearson Education, pp.347-371.
5. Официална страница на Европейската централна банка: www.ecb.europa.eu
6. Официална страница на Българска народна банка: www.bnb.bg

Тема двадесет и осма: Управление на икономиката чрез фискална политика

Въведение

Икономистите предвиждат двойна задача за тези, които правят макроикономическа политика. На първо място, политиката трябва да създаде среда, позволяваща разширяване на производствения капацитет. Тази първа задача може да се опише като политика за растеж. Втората задача на макроикономическата политика е свързана с управление на текущите колебания на съвкупното търсене. Това е стабилизационната политика. Като съчетаем двете направления в макроикономическата политика, то можем да кажем, че нейната цел е постигане на бърз, но плавен икономически растеж с ниска безработица и ниска инфлация.

Правителството може да провежда макроикономическа политика за постигане на горепосочената цел като използва инструментите на: 1) фискалната политика; 2) паричната политика. Голяма част от изучаването на макроикономика се състои в изследване на ефектите, които действията на държавата във фискалната и паричната сфери имат.

След като разгледахме характеристиките на паричната политика, в рамките на настоящата глава ще се фокусираме върху особеностите и инструментите на фискалната политика. Ще обърнем внимание на двете направления във фискалната политика: данъчна и бюджетна политики. Ще очертаем дискреционните и автоматичните механизми за изглаждане на икономическите колебания чрез инструментите на фискалната политика и ще обясним някои от основните проблеми при прилагане на фискална политика.

Същност на фискалната политика

Фискалната политика представлява *използването на данъците и държавните разходи за изглаждане колебанията на икономическия цикъл и за генериране на икономически растеж*. Държавата прилага фискална политика с цел намаляване на безработицата и контролиране на инфлацията, в краткосрочен план, и с цел осигуряване на устойчив икономически растеж и по-добър стандарт на живот, в дългосрочен план.

В основата на фискалната политика стои *държавния бюджет*. Като всеки бюджет той се състои от приходна и от разходна част. *Приходите* в държавния бюджет идват основно от данъчните постъпления. Когато държавните приходи се увеличават, най-често това означава, че приходите от данъци са нараснали. Това, че държавата взема част от нашите доходи под формата на данъци означава, че тя по този начин намалява размера на средствата ни за потребление; тя намалява разполагаемия ни доход. Ако чрез целенасочени действия в данъчната сфера, държавата цели да иззме по-голяма част от нашите доходи под формата на данъци, така тя ще допринесе за намаляване на нашето потребление (защото разполагаемият ни доход ще намалее). Тъй като разходите за потребление са част от съвкупното търсене (формулата беше C (потребление) $+I$ (инвестиции) $+G$ (държавни покупки) $+NX$ (нетен износ)), то така държавата би намалила съвкупното търсене.

Данъците се делят на два вида: 1) косвени – наричани „данъци върху потреблението“; това са данък добавена стойност; акцизите, митата; 2) преки – „данъци

върху доходите“; това е корпоративния данък (данък „печалба“); данъка върху доходите на физическите лица. В България преобладават приходите в хазната от косвени данъци (средно около 70% от всички данъчни постъпления). В икономическата теория се смята, че прехвърлянето на данъчната тежест от преките към косвените данъци води до растеж и насърчаване на конкурентоспособността (разходите за човешки ресурси намаляват, което намалява стойността на износа). Същевременно характерна особеност на прехвърлянето на тежестта от данъци върху дохода към данъци върху потреблението е, че този трансфер обикновено обхваща по-голяма част от населението, тъй като данъци върху потреблението се заплащат дори и от икономически неактивното население. Това важи с особена сила за страните с висок процент на сива икономика, тъй като често данъците върху труда са обект на злоупотреби, за сметка на потребителските данъци, които по-трудно се избягват. Поради това в страните със структурни проблеми и голям сив сектор, в това число и България, тази фискална мярка се предприема с цел увеличаване на данъчните приходи.

Ясно е, че приходната част в държавния бюджет на България се формира основно от косвени данъци. Тази тенденция се засилва след като през 2007 г. се променя начина на облагане на доходите. Съществуват най-общо два подхода при облагането на доходите: 1) прогресивно – различните доходни групи плащат различен процент от доходите си като данък, например хората с ниски доходи плащат само 10 % от доходите си като данък, а тези с високи доходи – 20%; 2) пропорционално – независимо от размера на доходите всички плащат един и същи процент от доходите като данък. През 2007 г. начинът на подоходно облагане се променя и е въведено пропорционално подоходно облагане, т. нар. плосък данък – независимо от размера на доходите/печалбата, всички плащат 10% данък. Това ниво на данъка е едно от най-ниските в Европа и се определя често като основно конкурентно предимство и инструмент за привличане на инвестиции. Въпреки това, ниският данък върху дохода означава, че по-ниските приходи от този тип данъци трябва да бъдат компенсирани чрез по-високи приходи в държавната хазна от косвени данъци. Същевременно прекомерното разчитане на приходи от косвени данъци води до по-голяма процикличност на данъчните приходи, защото събираемостта при косвените данъци зависи от търсенето, което търпи силни колебания в резултат на икономическия цикъл. Наред с посоченото, някои икономисти сериозно оспорват пропорционалното подоходно облагане и ниските данъци върху доходите като изтъкват, че това води до засилване на социалното неравенство.

Обикновено, когато се анализира държавния бюджет, се обръща особено внимание на *разходната част*, тъй като разпределението на държавните разходи по сфери говори много за стратегическите насоки на развитие, които правителството преследва, за ефективността на секторните политики и за инвестиционните планове на държавата. Държавните разходи са част от съвкупното търсене. Това означава, че, когато държавата увеличава разходите си, се увеличава и съвкупното търсене. Размерът на държавните разходи в България обикновено не е проблем. Често проблемите по разходната част от българския държавен бюджет идват от структурата на разходите (това, за което биват насочени), а не от техния размер.

Когато държавните разходи са по-малки от приходите, тогава казваме, че държавата регистрира *бюджетен излишък*. Сумата от натрупаните бюджетни излишъци през годините формира фискалния резерв на държавата. Когато държавните разходи са равни на приходите, тогава *бюджетът е балансиран* или салдото по бюджета е нулево. Когато

държавните разходи са по-големи от регистрираните приходи, тогава се отчита **бюджетен дефицит**.

Когато приходите в хазната не са достатъчни, за да се покрият всички разходи на правителството, тогава се налага държавата да използва други средства за покриване на задълженията си. Най-общо съществуват два подхода за реакция на държавата при наличие на бюджетен дефицит (и, съответно, необходимост от намиране на още пари за покриване на разходите ѝ): 1) емисия на нов държавен дълг – това означава, че правителството емитира (издава) държавни ценни книжа (ДЦК), които продава на вътрешния или външния пазар; насреща тя получава пари, а на кредиторите си (купувачите на ДЦК) обещава след определен период от време да изплати задължението си с начислена някаква лихва; 2) продажба на държавни активи – това е т.нар. приватизация; държавата може да продаде цели или части от държавни предприятия на частни субекти и така да генерира средства.

Планирането, управлението и разпределението на приходите и разходите в държавния бюджет от страна на правителството трябва да изпълни две функции:

1. Разпределение на доходите – една от основните задачи на държавата е преразпределението на доходите, като целта е да се осигури по-голяма справедливост в обществото и равен старт за уязвимите групи. Тази задача на държавата е израз на социална солидарност и е пряко свързана със съществуването на т.нар. публични блага, до които всички, и бедни, и богати, би трябвало да имат достъп. Разбира се, няма точна рецепта как точно и до каква степен трябва да се изпълни тази функция. Поради това често действията (или бездействието) на правителствата в тази посока са обект на критика от страна на икономическите експерти.
2. Въздействие върху посоката и скоростта на развитие в определени икономически сектори – данъчната и бюджетната политики на държавата могат да бъдат моделирани така, че да насърчават определени икономически сектори (напр. намаляване на данъците за определени дейности) или да пречат за развитието на други.

Видове фискална политика

Когато правителството регистрира бюджетен дефицит, това означава, че тя отчита по-голямо увеличение на съвкупното търсене (припомняме, че правителствените покупки са част от съвкупното търсене), отколкото намаляване на разполагаемия доход (чрез данъчните приходи в хазната). Това се дължи на обстоятелството, че бюджетният дефицит най-общо означава, че правителството е харчило повече (и тези пари са получени от домакинствата и от бизнеса), отколкото е взело от домакинствата и от бизнеса. Следователно, бюджетният дефицит имат стимулиращ ефект върху съвкупното търсене. Държавата може да предприеме действия за увеличаване на бюджетния дефицит или за намаляване на бюджетния излишък, ако през съответния период се наблюдава намалено търсене и има очаквания за наближаваща рецесия. Това е **експанзивна (експанзионистична, стимулираща) фискална политика**.

Целта на стимулиращата фискална политика е да насърчи съвкупното търсене, а стратегиите пред правителството за постигане на тази цел са следните:

- 1) Увеличаване на правителствените покупки или на трансферните плащания;
- 2) Намаляване на данъците;
- 3) Комбинация от предходните две.

Ефектът, който може да се очаква от тези действия, е възстановяване на икономическия растеж и намаляване на цикличната безработица. Обстоятелството, което оправдава прилагането на експанзивна фискална политика в периоди на криза, е намаляването на частните инвестиции и потребление в тези периоди. Идеята е правителството да увеличи разходите си, когато всички останали икономически субекти ги намаляват, за да компенсира спада и да стимулира по-бързото възстановяване на икономиката.

Когато правителството регистрира бюджетен излишък, това означава, че тя отчита по-малък принос към съвкупното търсене, отколкото намаляване на располагаемия доход. Бюджетният излишък означава, че правителството е харчило по-малко (разходи за държавата, но приходи за домакинствата и бизнеса), отколкото е получило от домакинствата и от бизнеса чрез данъците. Следователно, бюджетният излишък има рестриктивен ефект върху съвкупното търсене. Държавата може да предприеме политика на бюджетни излишъци, ако през съответния период се наблюдава прекалено бързо нарастване на съвкупното търсене и икономиката прегрява или има опасност от прегряване на икономиката. Това е **рестриктивна фискална политика**.

Целта на рестриктивната фискална политика е да намали съвкупното търсене, а стратегиите пред правителството за постигане на тази цел са следните:

- 1) Намаляване на правителствените покупки или на трансферните плащания;
- 2) Увеличаване на данъците;
- 3) Комбинация от предходните две.

Ефектът, който може да се очаква от тези действия, е понижаване на инфлацията в периодите на икономически подъем; „охлаждане“ на икономиката. Един от основните проблеми пред правителствата, когато упражняват рестриктивна фискална политика, е, че днес в редица сектори понижаването на цените е много трудна задача. Тогава говорим за „статичност на цените“ – цените не се понижават или много трудно и много бавно се понижават; цените не са достатъчно гъвкави, особено в посока надолу. В такива случаи, резултатът от рестриктивната политика е по-скоро успокояване и стабилизиране на ценовото равнище в икономиката, но не и неговото понижение.

Автоматични фискални стабилизатори

Често е възможно държавата да регистрира намаление или увеличение в държавните приходи или разходи без това да е резултат от целенасочени действия или ефект от преднамерена политика. Това е възможно, защото във фискалната сфера съществуват **автоматични (вградени) фискални стабилизатори**. Това са автоматични антициклични механизми във фискалната сфера, които водят до стабилизиране на съвкупното търсене, както в периоди на прегряване, така и в периоди на криза.

Във времена на рецесия и икономически спад автоматично трансферните плащания от държавата към домакинствата се увеличават (сумите по обезщетения за безработица, социални плащания и помощи се увеличават). Същевременно приходите от данъци естествено намаляват, защото потреблението и инвестиционната дейност намаляват, а печалбите и доходите се свиват. Това ще доведе до бюджетен дефицит, но не е резултат от целенасочена стимулираща фискална политика. Поради факта, че в периоди на криза държавите отчитат дефицити, дори и без да го искат, в резултат на действието на автоматичните стабилизатори, този тип дефицити се наричат **циклични дефицити**.

Във периоди на бързо нарастване на БВП и увеличение на търсенето, действието на автоматичните стабилизатори ще доведе до увеличаване на държавните приходи и намаляване на разходите. Увеличението на търсенето води до по-високи данъчни приходи (без данъчните ставки да се увеличават), защото по-високите доходи водят до увеличаване на приходите от подоходните данъци; високото потребление води до увеличаване на приходите от облагането на потреблението; фирмите отчитат по-големи печалби. Държавните разходи намаляват в тези периоди, защото трансферните плащания намаляват.

В обобщение автоматичен стабилизатор е всеки механизъм, който:

- 1) Увеличава бюджетния дефицит в периоди на икономическа криза
- 2) Увеличава бюджетния излишък в периоди на икономически растеж

Проблеми при прилагането на фискална политика

Времеви лагове

Съществен проблем при прилагането на дадени мерки за фина настройка на икономиката е времето необходимо за проличаване на ефекта от предприетите действия. Забавянето, което съществува между момента на настъпване на проблема и момента на реално въздействие върху проблема, се нарича времеви лаг.

Във фискалната сфера съществуват няколко вида времеви лагове, които представляват проблем за ефективността на предприетата фискална стратегия:

- 1) Разпознавателен лаг: това е времето необходимо за идентифициране на проблема.
- 2) Административен лаг: след идентифицирането на проблема, правителството изработва политики, които трябва да бъдат одобрени и съгласувани с останалите власти. Обикновено е необходимо дълго време.
- 3) Операционен лаг: времето между прилагането на политиката и въздействието ѝ върху икономиката. Зависи от много конюнктурни и структурни условия.

Политически ограничения

Много често действията във фискалната сфера не са резултат от експертна оценка, а от политически решения. Понякога това може да създаде условия за прилагането на фискални мерки с неособено ясни ефекти в средносрочен и дългосрочен план, както и да доведе до недооценяване на вторичните ефекти от предприетите политики.

Политическата целесъобразност и приемливост на дадени мерки не винаги съвпада с икономическата им целесъобразност и адекватност. Това е полето на т.нар. популистки мерки.

Очаквания

Ако се очаква фискалните мерки да бъдат краткосрочни, те не могат да постигнат целта си. Например, ако очакванията са правителството да увеличи трансферните плащания само за силно ограничен период от време, по всяка вероятност предприетите мерки няма да доведат до съществен ефект върху съвкупното търсене.

Ефект на изтласкване

Ефектът на изтласкване (*crowding-out effect*) е свързан с опасността прекомерните държавни разходи да заменят или направо да изтласкат частните инвестиции. Тази опасност е свързана с презумпцията, че никога не е добре държавата напълно да иззема функциите и ролята на частния сектор. Идеята, която стои зад мотивите за антициклична фискалната политика, е, че тя трябва да бъде умерена, навременна и да се прилага, само когато икономиката се нуждае от тази намеса.

Посочените потенциални проблеми пред фискалната политика са причина много икономисти да твърдят, че тя може да повлияе на икономиката, но не е достатъчна, за да я настрои fino и за да получи желаните резултати. Смята се, че паричната политика е по-полезна при постигане на макроикономическа стабилизация и, докато е възможна парична политика, са препоръчителни балансирани фискални позиции.

Поглед назад

Обобщение

Фискалната политика се прилага от правителството. Рестриктивната фискална политика има за цел да ограничи съвкупното търсене. Това може да стане, когато държавата намали разходите си или увеличи данъците. Стимулиращата фискална политика има за цел да възстанови икономиката в периоди на стагнация и да повиши търсенето. Тогава държавата увеличава разходите си или намалява данъците. Във фискалната сфера действат автоматични стабилизатори. Това са автоматични механизми с антициклично действие. Основните проблеми при прилагането на фискална политика за макроикономическа стабилизация са следните: 1) наличие на времеви лагове; 2) политически ограничения; 3) наличие на определени очаквания; 4) опасност от ефект на изтласкването.

Основни понятия

Бюджетен дефицит и излишък
Преки и косвени данъци
Държавен дълг
Фискален резерв

Експанзивна фискална политика
Рестриктивна фискална политика
Автоматични стабилизатори
Ефект на изтласкването

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Кои са основните инструменти на фискалната политика? Как точно действат те?
2. Какво е автоматичен фискален стабилизатор? Как действат те?
3. Какви проблеми могат да възникнат при прилагането на инструментите на фискалната политика?

Есе

1. Проверете данните за салдото по държавния бюджет на България за последните 10 години. Как може да си обясните наличието на бюджетни дефицити и излишъци през различните години от периода.

2. Проучете каква е структурата на данъчните приходи в България. Какви са основните характеристики на данъчната система в България?

Библиография и полезни източници:

1. Стефанов, Ст., С. Ракарова. (2012). Принципи на макроикономиката. Нов български университет, стр. 446-471.
2. Ракарова, С., Ст. Стефанов. (2014). Пътеводител по макроикономика. Нов български университет, стр. 304-336.
3. Abel, Andrew B., Ben S. Bernanke, Dean Croushore. (2008). Macroeconomics. 6th ed., Pearson Education, pp. 573-609.
4. Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue. (2008). Macroeconomics: Principles, Problems, and Policies. McGraw-Hill, pp. 208-221.
5. Parkin, Michael. (2012). Macroeconomics. 10th ed., Pearson Education, pp. 321-340.
6. Николов, Ч. (2013). “Данъчната Система и Бедността”. В: Ганчев, Г. (ред.) (2013). “Борбата с Бедността в България: Макроикономика, Фискална Политика, Човешки Капитал, Евроинтеграция”. Институт за Икономика и Международни Отношения, Фондация „Фридрих Еберт“, стр. 51-59.
7. Официален сайт на Министерство на финансите, съдържащ полезна информация за данъчната и бюджетната политика: www.minfin.bg
8. Сайт с множество експертни статии и мнения за фискалната политика в европейските държави и в Еврозоната: <http://voxeu.org>

Тема двадесет и девета: Международна търговия и платежен баланс

Въведение

Ресурсите никога не са разпределени еднакво навсякъде – някои държави са много по-богати на едни ресурси, други имат в изобилие други ресурси. Това означава, че икономиките не могат да функционират изолирано и е много по-добре да обменят ресурси и блага като извличат по този начин взаимна изгода. Например, държавите от Персийския залив са много богати на петрол, но нямат никакви условия за отглеждане на кафе и ориз. Те трябва да осъществяват търговия с останалите икономики, за да си набавят липсващите стоки, предлагайки насреща петрол. Международната размяна се определя и от предимствата, с които се отличава работната ръка в дадена държава. Накратко, международната търговия между държавите позволява да се възползват от предимствата на специализацията. По този начин, всички участници в международния обмен печелят.

Същност на международната търговия

Международният обмен на стоки и услуги днес е наистина огромен. През 2015 г. световният износ достига 21 трилиона щатски долара, което представлява около една трета от световния съвкупен продукт. Основни експортни сили в света са Китай, Съединените щати, Германия, Япония. Същите държави заемат първите четири места и по отношение на вноса. Всички държави днес участват в международната търговия. Дори Корейска народно-демократична република /Северна Корея/, която е силно изолирана от международната икономика и следва политика на автаркия (спиране на международната търговия, политика на самоиздържане), поддържа икономически отношения с Китай, Индия, Пакистан и извършва обмен с тях.

Причините международната търговия да се разраства толкова бързо и всеобхватно са много. На първо място, технологичният прогрес в сферата на транспорта, производството и комуникациите позволява днес да извършваме международен обмен на стоки и услуги бързо, лесно и ефективно. На второ място, политическите действия на глобално ниво в последните няколко десетилетия правят обменът много по-безпрепятствен – драстично са намалени митническите бариери за международния стокообмен. Конкретните причини за бързо нарастване на международната търговия са много, но основният фактор за необходимостта от международна търговия и за практическата невъзможност да се поддържа международна икономическа изолация е **специализацията** и предимствата от международния обмен, които произтичат от нея. В резултат на международната специализация търговията между държавите води до повишен жизнен стандарт и по-добри икономически резултати, защото:

- 1) Няма държава, която да има всички ресурси, които са ѝ необходими; затова е нужно да влезе в взаимодействие с останалите икономики, за да ги набави;
- 2) Климатът, характеристиките на работната ръка и други особености на съответната икономика правят определени производства по-ефективни от други. Логично е тази икономика да се фокусира върху тези производства.
- 3) Специализацията позволява нарастване на производството и икономии от мащаба.

Взаимна изгода от международната търговия – сравнително предимство

Дълго време икономистите смятат, че дадена държава може да спечели от търговията с друга държава, само ако това е на гърба на друга, т.е. не съществува възможност и двете страни да спечелят; според тях, едната винаги е печеливша, а другата – губеща. Този възглед принадлежи на меркантилистката школа в икономиката. В резултат на това разбиране държавите са предприемали редица драстични мерки за ограничаване на вноса от другите държави и насърчаване на износа към тях (създаване на печеливши позиции за сметка на губещите позиции на другите държави). Днес също се прилагат такива мерки; по-долу ще се спрем по-подробно върху случаите, в които е добре да се предприемат мерки за насърчаване на износа и ограничаване на вноса.

Враждебността към международната търговия започва да намалява и възгледите на икономистите за значението на международния обмен коренно се променят с въвеждането на концепцията за *сравнителното конкурентно предимство*. **Казваме, че една държава *A* има сравнително предимство в производството на стоката *X*, ако алтернативната цена на производството на стоката *X* в държавата *A* е с по-ниска от алтернативната цена на това производство в държавата *B*.**

Нека да дадем пример: сравняваме държавите Индия и Китай и приемаме, че всяка една от тях може да произвежда компютри или телевизори и разполагат с едни и същи технологии. Това, по което се различават, са качествата и уменията на работната сила. За един месец един китайски работник може да произведе или 50 компютъра, или 50 телевизора. За същото време индийският работник може да произведе или 10 компютъра, или 40 телевизора. Очевидно китайският работник е по-добър и в двете производства. След като Китай е по-добър и в производството на компютри, и в производството на телевизори, това означава ли, че Индия не трябва да произвежда нито едно от двете и да ги внася от Китай? За да си отговорим, трябва да видим алтернативната цена на производството на компютри или на телевизори. За да произведе 1 компютър, Китай трябва да се откаже от 1 телевизор. За да се произведе един компютър в Индия, трябва да се пожертват 4 телевизора. Алтернативната цена на компютрите е много по-ниска в Китай, отколкото в Индия. Това означава, че Китай има сравнително предимство в производството на компютри и не трябва да се занимава с телевизори, защото ще трябва да пожертва прекалено много компютри за един телевизор. Китай трябва да пожертва 1 компютър, за да произведе 1 телевизор. Срещу пожертване на 1 компютър, Индия ще произведе 4 телевизора. Индия притежава сравнително предимство в производството на телевизори. Изводът е, че и двете страни ще бъдат по-ефективни, ако всяка се специализира в това производство, в което има сравнително предимство.

Държавна намеса в международната търговия и протекционистична политика

Въпреки, че международната търговия води до по-ефективно използване на ресурсите на глобално ниво, а специализацията в търговията дава като резултат по-големи количества от стоките и услуги, които се търгуват, държавата винаги се намесвала в движението на стоки и услуги през границите.

От една страна, контролът от страна на държавата върху международния обмен се фокусира върху качеството и безопасността на вносните стоки като целта е защита на местните потребители и предпазване от злоупотреби. Всяка държава е утвърдила

определени стандарти и следи за тяхното спазване. От друга страна, контролът по преминаващите през границите стоки има за цел ограничаване на търговията със забранени и опасни стоки. Тези форми на контрол са напълно логични; свързани са с безопасността и здравето на хората и не толкова с икономически съображения.

Когато държавата се намесва в международния стокообмен с цел да защити местното производство от международната конкуренция, тогава тя провежда **протекционистична политика**. Тя има чисто икономически цели и последствия. Съвременните държави прилагат три основни инструмента за контролиране на търговията с цел протекционизъм: 1) мита; 2) импортни квоти; 3) експортни субсидии.

Митата представляват данък върху вносните стоки. Производителят трябва да плати този данък върху всяка единица от продукта, който внася. По този начин, когато неговата стока стигне до крайния купувач, тя е по-скъпа, защото върху цената ѝ се начислява и митото. Когато държавата иска да защити от външната конкуренция дадена местна индустрия, тя може да обложи вноса от чужбина в този бизнес с високо мито. По този начин осигурява ценово предимство на местното производство – прави го по-евтино (или по-малко скъпо) в сравнение с вноса, върху който е начислено мито. Например САЩ облага кламерите, произведени в Китай, с мито от над 100% (126.94%) и така защитава местното производство на тези офис материали. Тютюнът също е много защитен продукт. В исторически план по време на Голямата депресия (1929 г.) митото върху вносния тютюн в САЩ достига 350%. Митата имат и още една икономическа цел – те се явяват приход в държавната хазна; могат да се използват от държавата като инструмент за повишаване на държавните приходи.

В България е възприета Митническата тарифа на ЕС. Като държава-членка на Европейския съюз България е длъжна да спазва общата митническа политика на общността. Всички вносни стоки в ЕС се облагат по един и същи начин независимо дали влизат на територията на Съюза през България или през някоя друга държава-членка. В рамките на Европейския съюз движението на стоки, услуги, капитали и работна ръка е напълно свободно, т.е. стоките, произведени в ЕС, не се облагат с мита.

Импортната квота е количествено ограничение на вноса; тя показва колко максимум може да се внесе от дадена стока. Смисълът на прилагането на такова ограничение е отново защита на местното производство. От една страна, ограничаването на предлаганото количество от дадена чуждестранна стока ще принуди част от купувачите да се обърнат към местните стоки, т.е. осигурява се пазар на местния бизнес. Второ, ограничаването на количествата от вносните стоки обикновено води до повишаване на техните цени. Така може да се осигури ценово предимство за местните производители. Като пример можем да посочим политиката на САЩ по отношение на вноса на захар. Захарната индустрия в САЩ от столетия се ползва със сериозни държавни протекции (първият акт на американския конгрес за ограничаване на вноса на захар е от 1789 г.). В момента, САЩ определя ежегодно импортни квоти за вносната захар като така оставя около 70% от целия пазар в ръцете на местната индустрия. Поради въведените импортни квоти, които строго регламентират позволените количества на вносна захар, местните производители са защитени от по-ефективната чуждестранна конкуренция от Централна Америка, Африка и Карибите и могат да произвеждат и продават продукцията си на двойно по-висока цена от световната цена на захарта.

Съществува една основна разлика в ефектите от прилагането на мита или от налагането на импортни квоти. Докато при облагането с мита държавата-вносител

увеличаване приходите си в хазната, при налагането на импортни квоти държавата, която ги въвежда, няма пряка икономическа полза. Напротив, при използването на импортни квоти се увеличават печалбите на самите фирми-вносители (поради повишаването на цената). Това, по-което си приличат двете мерки, е защитата, която се осигурява на местното производство.

Експортните субсидии представляват плащане от страна на държавата към дадена фирма-износител. Когато държавата изплаща експортни субсидии на дадени производители, разходите им за производство намаляват със стойността на субсидията и по този начин те могат да предлагат стоката по-евтино на външните пазари. Експортните субсидии позволяват на фирмите да намалят цените си и да са по-конкурентни на международните пазари. Когато държавата прилага тази мярка, цените на вътрешните и на външните пазари за едно и също нещо са различни. Днес експортните субсидии се прилагат най-често под формата на данъчни отстъпки за фирми-износители или за продукция, предназначена за износ.

В рамките на Световната търговска организация (СТО) от десетилетия се полагат усилия за ограничаване на експортните субсидии. Ябълката на раздора през последните десетилетия е селското стопанство – силно субсидиран сектор (вкл. експортни субсидии). В края на 2015 г. е постигнат успех и е взето решение за постепенно премахване на експортните субсидии. Според взетото решение в рамките на преговорите в СТО, първо развитите държави трябва да се откажат от тази мярка, а по-късно и развиващите се и слабо развитите държави.

Причини за въвеждане на ограничения на международната търговия

След като разгледахме основните инструменти пред държавата за ограничаване на международната търговия, трябва да отговорим на въпроса какво налага тази намеса. Съществуват няколко основни аргумента за намесата на държавата в международната търговия и прилагането на протекционистична политика.

Защита на зараждащите се индустрии /*infant industries*/

В основата на този аргумент за протекционизъм стои идеята, че всяка зараждащата се, млада индустрия в дадена държава има нужда от известен период на по-благоприятни условия, за да се превърне в ефективна индустрия, която успешно да излезе на международните пазари и да се бори с международната конкуренция. Разбирането е, че едно прекалено младо, неразвито производство бързо ще бъде унищожено от международните фирми-гиганти, дори и в него да има потенциал.

Този аргумент в полза на протекционизма се основава на идеята за динамичните сравнителни предимства. Есенцията на тази парадигма е, че е възможно дадена държава да промени сравнителните си предимства в международната търговия чрез целенасочени действия и политики.

Традиционно слабо развитите и развиващите се икономики се характеризират с относително нискотехнологичен профил на икономиката, износ, базиран на трудоемки производства или природни ресурси. На другия полюс са развитите държави, които осигуряват по-голяма част от световния износ на високотехнологични, потребителски и капиталови блага. Накратко, ясно личи, че международната специализация е определена от степента на развитие на икономиките. Ако дадена развиваща се държава иска да промени профила на икономиката си, например да премине от предимно селскостопанско

производство към производство и износ на машини, то тя трябва да развие конкурентни предимства в сферата на машиностроенето. За да се случи това, трябва държавата да предприеме мерки, за да насърчи развитието на машиностроенето. Част от тези мерки може да бъде протекционистичната политика спрямо чуждестранната конкуренция.

Важен аспект на този аргумент за намеса в международната търговия е неговият временен характер. Дори и дадена държава да предприеме действия за защита на своя местна индустрия с цел да ѝ даде време да стане силна и конкурентна, тази защита не бива да продължава вечно, защото мерките за защита струват скъпо, както за купувачите, така и за останалите пазарни субекти.

Международен дъмпинг

Дъмпинг е налице, когато дадена чуждестранна компания продава стоката си на цена по-ниска от разходите ѝ за производство. Целта на тази политика от страна на компанията е да си извоюва конкурентни позиции на чуждестранния пазар чрез ниските цени, да изгони местната конкуренция и така да си осигури монополни позиции. Дъмпингът е незаконен, защото представлява нелоялна практика на пазарите. Понякога държавите се основават на подозрения за прилагане на дъмпинг, за да оправдаят налагането на по-високи мита върху тези стоки. Тези мита се наричат „изравнителни мита“. САЩ прилагат изравнителни мита за някои стоки от Китай.

Платежен баланс

Платежният баланс представлява таблица, където са записани *всички парични движения между съответната икономика и останалата част от света. Всички пари, които влизат и излизат от една страна, се отчитат в платежния баланс.* Приходите в платежния баланс (кредит) идват от износа на стоки и услуги (те представляват влизане на пари в икономиката в замяна на излизане на стоки) и от притока на капитали към страната. Плащанията в платежния баланс (дебит) са от внос на стоки и услуги и изходящи капиталови потоци към чужбина.

Платежният баланс има три части:

- Текуща сметка
- Капиталова сметка
- Финансова сметка

Къде точно ще бъде отразено дадено движение на пари от и към съответната държава се определя от характера на сделката, която въпросният паричен поток обслужва.

В *текущата сметка* се записват всички парични потоци от *търговия със стоки и услуги*. Търговията със стоки се отнася до износа и вноса на материални блага, като например масло, машини, транспортни съоръжения, електроуреди, дрехи и т.н. Търговията с услуги се отнася до износа и вноса на услуги, и включва такива неща като международен транспорт, пътувания, финансови услуги и бизнес услуги. Освен това, в текущата сметка се записват и всички *доходи*, които български резиденти получават от чужбина, както и тези, които от България се изплащат на чужденци. Последният компонент на текущата сметка са т.нар. *текущи трансфери*. Трансфери се наричат всички средства, които са предоставени безвъзмездно от една икономика на друга. Например, в статия „Текущи трансфери“ на платежния баланс се записват постъпилите средства в България по европейските фондове, както и паричните преводи, които българи, живеещи и работещи в чужбина, правят на близките си тук.

Вторият компонент на платежния баланс е **капиталовата сметка**. Капиталовата сметка включва капиталови трансфери и придобиване или предоставяне на нематериални и нефинансови активи между страната и света. В тази сметка, например се записват сделките с недвижимо имущество, направени от българи в чужбина или от чужденци в България. Обикновено има пренебрежително малка тежест.

Третата основна сметка по платежния баланс е **финансовата сметка**. Финансовата сметка се състои от три основни компонента. На първо място, в нея са отразени **преките чуждестранни инвестиции (ПЧИ)**. При преките инвестиции дадена чуждестранна компания-инвеститор прави инвестиция в предприятие в съответната държава, която му дава контрол или значително влияние върху управлението на това предприятие. Например, ако мултинационална компания като Кока Кола или някой голям автомобилпроизводител инвестират в България и открият нов завод или производствена база, това ще бъде показано във финансовата сметка като пряка инвестиция. Дадена инвестиция може да се определи като пряка инвестиция, ако компанията-инвеститор притежава минимум 10% от местното предприятие.

Другите компоненти на финансовата сметка са **портфейлните инвестиции и другите инвестиции**. Портфейлни се наричат тези инвестиции, при които компанията-инвеститор придобива по-малко от 10% от местно предприятие. Това означава, че компанията-инвеститор няма директен контрол върху местния бизнес, защото притежава прекалено малка от част от него. Другите инвестиции представлява по-скоро остатъчна категория във финансовата сметка. Най-общо, в тази статия попадат инвестициите, които не отговарят на критериите за пряка или за портфейлна инвестиция. Обикновено става въпрос за много краткосрочни инвестиции. Някои ги определят като спекулативни или „горещи пари“, защото в тях се включват включва търговски кредити и заеми от чужбина.

Когато се анализира финансовата сметка по платежния баланс на дадена държава, обикновено се обръща особено внимание на преките чуждестранни инвестиции, защото те отразяват наличието на траен, дългосрочен инвеститорски интерес към съответната икономика. Преките чуждестранни инвестиции се считат за един от основните инструменти пред развиващите се държави за насърчаване на растежа и повишаване на производителността и стандарта на живот. Това е свързано с предимствата, които носят ПЧИ. Сред основните плюсове могат да се посочат следните:

- Представляват паричен поток в икономиката, който стимулира икономическата активност.
- Заетостта може да се увеличи, защото чуждестранните компании наемат местни работници.
- Може да дадат на местните производители стимул да станат по-ефективни, защото носят добри практики и въвеждат по-модерни производства.
- Играят нарастваща роля в глобалния бизнес. Дадена фирма може да се сдобие с нови пазари и маркетингови канали, по-евтини производствени съоръжения, достъп до нови технологии, продукти, умения и финансиране. За инвестиционната дестинация, ПЧИ могат да осигурят източник на нови технологии, капитал, процеси, продукти, организационни технологии и управленски умения, и да осигурят силен тласък на икономическото развитие.

Сред евентуалните проблеми, които могат да възникнат при повишен инвеститорски интерес към дадена икономика, е унищожаването на местната конкуренция, ако тя не е толкова ефективна. Това може да доведе до натиск от местните производители към

държавата за въвеждане на известни бариери и ограничения по отношение на чуждестранните инвеститори.

Поглед назад

Обобщение

Основният фактор за необходимостта от международна търговия и за практическата невъзможност да се поддържа международна икономическа изолация е специализацията и предимствата от международния обмен, които произтичат от нея. В основата на разбирането, че международната търговия е изгодна за всички, стои концепцията за сравнителното конкурентно предимство. Казваме, че една държава А има сравнително предимство в производството на стоката Х, ако алтернативната цена на производството на стоката Х в държавата А е с по-ниска от алтернативната цена на това производство в държавата В.

Въпреки, че международната търговия води до по-ефективно използване на ресурсите на глобално ниво, а специализацията в търговията дава като резултат по-големи количества от стоките и услуги, които се търгуват, държавата винаги се намесвала в движението на стоки и услуги през границите. Основните инструменти на протекционистичната политика са митата, импортните квоти и експортните субсидии. Налагането на ограничения е с цел да се защити местното производство от международната конкуренция. Митата представляват данък върху вносните стоки. Импортната квота е количествено ограничение на вноса; тя показва колко максимум може да се внесе от дадена стока. Експортните субсидии представляват плащане от страна на държавата към дадена фирма-износител.

Сред аргументите за провеждане на протекционистична политика може да се посочи защитата на зараждащи се индустрии и целта за развитие на динамични сравнителни предимства, както и защитата от дъмпинг.

Когато се анализират икономическите взаимоотношения на дадена страна с останалия свят, на първо място се разглежда платежния баланс на тази държава. Той представлява таблица, където са записани всички парични трансакции между съответната икономика и останалата част от света. Платежният баланс има три основни части: текуща сметка; капиталова сметка и финансова сметка. Къде точно ще бъде отразено дадено движение на пари от и към съответната държава се определя от характера на сделката, която въпросният паричен поток обслужва.

Основни понятия

Сравнително конкурентно предимство
Мито
Импортна квота
Експортна субсидия

Платежен баланс
Текуща сметка
Финансова и капиталова сметки
Преки чуждестранни инвестиции

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Какво представлява сравнителното конкурентно предимство?

2. Кои са основните мерки, които дадена държава може да предприеме, за да защити местна индустрия от чуждестранна конкуренция?
3. Какви са компонентите на всяка една от сметките на платежния баланс?

Есе

1. Проверете данните за износа и вноса на България в последните години (бази данни на НСИ и БНБ). Какво основно изнася и внася България? Каква е регионалната структура на стокообмена?
2. За или против намесата на държавата в международната търговия. Проучете основните недостатъци и предимства.

Библиография и полезни източници:

1. Стефанов, Ст., (2009). Международна икономика, стр. 15-130.
2. Abel, Andrew B., Ben S. Bernanke, Dean Croushore. (2008). Macroeconomics. 6th ed., Pearson Education, pp. 173-212.
3. Baumol, William J., Alan S. Blinder (2009). Macroeconomics: Principles and Policy. 11th ed., South-Western Cengage Learning, pp. 339-361.
4. Mishkin, Frederic. (2012). Macroeconomics. Policy and practice. Pearson Education, pp. 67-82.
5. Parkin, Michael. (2012). Macroeconomics. 10th ed., Pearson Education, pp. 371-386.
6. Официална страница на Световната търговска организация: www.wto.org
7. Официална страница на Международния валутен фонд: www.imf.org
8. Обща търговска политика на ЕС, официален сайт на ЕК: <http://ec.europa.eu/trade/>

Тема тридесета: Валутна размяна

Въведение

Изследването и разбирането на международната търговия не може да се случат без да разбираме как точно се изчисляват разплащанията между икономическите субекти в международната икономика. Стокообменът между държавите се съпътства от паричен поток често в различни валути. В рамките на тази глава ще разберем как се определя цената на една валута чрез друга валута; как тази цена се променя и какви ефекти имат тези промени върху международната търговия.

Същност на валутната размяна – валутен курс

Повечето държави по света имат национална валута и тя се използва на местните пазари, но и във взаимоотношенията на държавата с останалия свят. Както в САЩ официалната валута е щатският долар, в България е българският лев; в Русия – рублата; в Еврозоната – еврото. Националната валута на всяка държава е официалното средство за разплащане, което е утвърдено на нейната територия. Тъй като всяка държава ползва собствената си валута, възниква въпросът как точно ще се извърши размяната на стоки и услуги между две отделни държави с различни национални валути. В каква валута ще бъдат извършени плащанията и как ще се определи каква точно е цената на стоката X в долари, ако, например, тя е произведена в Германия, където цената ѝ е определена в евро. За целта трябва да се определи **валутния курс** между долара и еврото. Валутният курс представлява стойността на дадена валута по отношение на друга; накратко, курсът между две валути показва колко точно трябва да похарчим от едната валута, за да получим единица от другата валута.

Между всяка една двойка валути може да се определи валутен курс. Например, за да закупим 1 британска лира трябва да дадем 2.3 лева, това означава, че курсът на лева към лирата е 2.3 лева/ британска лира. Когато разглеждаме този обменен курс от перспективата на българи, тогава казваме, че този валутен курс е изразен в **пряка котировка**. Пряка котировка означава, че цената на единица чужда валута се изразява в определена сума местни парични единици. При пряка котировка си отговаряме на въпроса колко точно от нашата (национална) валута ни трябва, за да си купим единица от чуждата валута (напр. 1 щатски долар, 1 евро или 1 франк).

Валутният курс между британската лира и българския лев може да бъде изчислен и на обратно – колко британски лири са нужни за закупуването на един български лев. Тогава курсът между двете валути ще бъде 0.4 лири/ български лев. Тогава използваме **косвена котировка**. При косвена котировка цената на единица местна валута се изразява чрез количество чужда валута. Отговаряме на въпроса: колко чуждестранна валута ни трябва, за да купим единица от националната.

Валутният курс е цената на националната валута спрямо останалите, но и представлява цената, по която се извършва международната търговия. В резултат на редица фактори валутните курсове между националните валути се променят и по този начин влияят върху конкурентните позиции на експортните производства.

Промени на валутния курс

Съвременната валутно-курсова система в света се характеризира с гъвкавост на валутните курсове (с известни изключения в отделни държави и за отделни валути). Това означава, че валутният курс между две валути може да се променя на практика всеки ден. Ако вземем за пример валутния курс между щатския долар и британската лира, през последните десетилетия са се натрупали съществени промени.

Когато британската лира става по-скъпа, изразена чрез цената ѝ в долари, тогава казваме, че британската лира **поскъпва** спрямо долара. Можем да разгледаме тази промяна и от гледна точка на долара – с един щатски долар може да се купи по-малко чуждестранна валута, в случая – по-малко британски лира. Доларът **поевтинява** спрямо британската лира.

Когато валутният курс в пряка котировка се повиши, това означава, че националната валута поевтинява. Например, курсът от 2.3 лева/ британска лира се повишава на 3 лева за 1 британска лира. Казваме, че левът е поевтинял спрямо лирата, защото ни трябва повече левове, за да закупим единица от чуждестранната валута. По същия начин, ако валутният курс в косвена котировка се понижи, националната валута поевтинява. Например, курсът на британската лира спрямо лева се промени от 0.4 лири за лев на 0.3 лири за лев; левът поевтинява, защото ни трябва по-малко лири, за да купим един лев. Когато курсът в пряка котировка се понижи, а курсът в косвена котировка за повиши, националната валута поскъпва.

Валутите поскъпват или поевтиняват една спрямо друга, когато цената, по която се разменят (валутния курс) е гъвкава и се променя свободно в резултат на определени фактори, които правят дадена валута по-търсена или по-малко търсена спрямо друга.

Например, ако вътрешните условия в дадена икономика доведат до **повишаване на лихвените проценти** в нея, това би означавало, че инвеститорите намират за изгодно да вложат капиталите си в тази държава. Това би довело до приток на капитали от целия свят; повишено търсене на националната валута и **поскъпване** на тази валута спрямо други.

Ако дадена икономика расте относително по-бързо от останалите, при равни други условия, това би означавало повече инвестиции в тази икономика и по-силна валута (поскъпване на националната валута). Ако тази икономика регистрира **по-ниска инфлация** отколкото останалите държави, с които има икономически отношения, валутата ѝ би **поскъпнала** спрямо останалите, защото износите от тази страна ще стане относително по-евтин и това ще повиши търсенето на нейната валута. Обратно, в държавите с висока инфлация, ниски лихвени проценти и по-бавен растеж може да се очаква поевтиняване на националната валута.

Много валутни курсове са действително гъвкави, т.е. определят се от търсенето и предлагането на съответните валути и от доверието в тях. Тогава промените във валутните курсове се определят като поскъпване или поевтиняване на едната валута спрямо другата. Понякога, обаче, валутният курс се определя от държавата. Това означава, че съответната държава фиксира курсът на националната валута към дадена чуждестранна валута. Типичен пример в това отношение в България. От 1997 г. насам българският лев е фиксиран към официалната валута на Германия, защото България въвежда системата на паричен съвет или валутен борд. Оттогава валутният курс на лева спрямо еврото (а преди 2001 г. – спрямо германската марка) не се е променял. Курсът на лева спрямо останалите валути се формира през курса на еврото спрямо тези валути.

Към момента 1 евро струва 1,95583 лева. Ако държавата реши да промени този курс, тогава ще се установи ново, фиксирано ниво на курса. В този случай, промените не се наричат поевтиняване или поскъпване на валутата, защото са обект на целенасочени действия от страна на държавата, а не резултат от пазарните механизми. Ако българското правителство реши да промени валутния курс на лева спрямо еврото от 1,95583 лева/ евро на 3 лева/ евро, това ще означава, че държавата извършва **девалвация** на лева. На практика, левът става по-евтин отколкото преди. Ако българското правителство промени курс на 1 лева/ евро, това ще означава, че прави **ревалоризация** на лева. Левът става по-скъп отколкото преди.

Реален и номинален валутен курс

Валутните курсове могат да бъдат представени в номинално или в реално изражение. Това разграничение е особено важно, тъй като има отражение върху реалната търговия между държавите.

Номиналният валутен курс представлява цената на дадена валута изразена чрез друга валута. В рамките на тази глава до момента сме анализирали именно промените в номиналния валутен курс. Той просто изразява цената на едната валута чрез другата, без да се отчита колко стоки и услуги могат да се закупят с единица от едната валута, спрямо количеството, което може да се закупи с единица от другата валута. Номиналният валутен курс не отразява покупателната способност на единица от валутите. Например, ако номиналният курс на лева спрямо еврото е 2 лева/ евро, това не означава задължително, че това, което можете да си купите с 2 лева в България, ще можете да си го купите с 1 евро в някоя от страните в Еврозоната.

Реалният валутен курс отразява относителната цена на стоките в двете държави. Може да се приеме, че реалният валутен курс отразява цената на местните стоки, изразена в чуждестранна валута, съотнесена към цената на чуждестранните стоки. По този начин, курсът между валутите фактически се изчислява чрез коригиране разликите в ценовите равнища в двете икономики. Реалният валутен курс ни казва колко повече или по-малко стоки и услуги можем да си купим в чужбина в сравнение с това, което можем да си купим в България за дадена сума пари.

Реалният валутен курс между две държави се изчислява като се умножи номиналният валутен курс по съотношението между ценовите равнища в двете държави. Нека да направим пример и да измерим реалния валутен курс между две държави като използваме една стока и нейната цена в двете страни. Ще използваме за целта цената на един Big Mac – тези сандвичи са (почти) еднакви в целия свят и можем да използваме тяхната цена, за да видим дали те струват еднакво в две различни икономики, например Германия и САЩ. Ако номиналният валутен курс между еврото и долара е 1.36 долара/ евро; един Big Mac в САЩ струва 3.40 долара, а в Германия той струва 2.5 евро, то ще изчислим реалния валутен курс така: $1.36 \text{ (номиналният курс)} \times 2.5 \text{ (цената на сандвича в евро)} / 3.40 \text{ (цената в долари)} = 1$. В случая реалният валутен курс е равен на 1. Това означава, че точно колкото струва един Big Mac в Германия, толкова струва и в САЩ.

Ако цената на Big Mac в Германия се повиши до 3 евро, без да се промени номиналният валутен курс и без цената на сандвича да се е променила в САЩ, то тогава реалният валутен курс ще бъде 1.2 ($1.36 \times 3 / 3.4$). Това ще означава, че сандвичът струва с 20 % повече отколкото струва в САЩ. Еврото ще е надценено спрямо долара. При тази ситуация хората ще имат сериозен интерес да купуват долар, да ги използват, за да

купуват сандвичите в САЩ и да ги продават после в Германия в евро. Търсенето на долари ще нарасне, тази валута ще поскъпне спрямо еврото и номиналният валутен курс ще се промени, така че реалният курс да се върне отново към 1.

В обобщение, реалният валутен курс се изчислява като номиналният валутен курс се умножи по съотношението между цените в двете икономики. Когато е под 1, местните стоки са по-евтини спрямо чуждестранните; когато е над 1, местните стоки са по-скъпи спрямо чуждестранните.

Значимост на валутните курсове за реалната икономика

Както личи от посочения пример при изчисление на реалния валутен курс, валутните курсове оказват влияние върху международната търговия, а оттам върху конкурентоспособността на местно производство на вътрешните и външните пазари, когато номиналният валутен курс не отразява разликите в ценовите равнища в двете държави. Това може да се случи, и когато курсът е гъвкав, и когато е фиксиран.

Нека да разгледаме пример при гъвкав валутен курс между две валути. Да кажем, че дадена фирма в САЩ внася дрехи от Китай. Ако цената на една блуза е 100 юана, а валутният курс между долара и юана е 14 долара/ 100 юана, то цената на блузата в щатски долари ще бъде 14 долара. Ако китайска компания внася от САЩ цифрови фотоапарати на стойност 140 долара, цената на електрониката изразена в юани ще бъде 1000 юана. Да кажем, че след една година американската фирма иска отново да внесе дрехи от Китай. Цената на единица от стоката отново е 100 юана, но този път валутният курс е променен на 16 долара/ 100 юана. Тогава вносът от Китай в САЩ ще се оскъпи (вече блузата ще бъде 16 долара), а износът от САЩ към Китай ще поевтинее (цената на фотоапаратите отново е 140 долара, но изразена в юан вече е 875 юана). Това може да се случи, ако цените на националните пазари не се променят лесно и не са достатъчно гъвкави, а промяната в курса се дължи на други фактори. В този случай, китайският износ по-скоро ще пострада, защото ще се окаже по-скъп, а американското производство ще стане по-привлекателно за китайските потребители, защото ще е по-евтино в техните очи.

Въпреки че горепосочената ситуация може да възникне, обикновено това е временно. Гъвкавостта на курса предполага, че след известно време той ще се коригира, за да отрази съотношението между цените в двете държави. Сериозен проблем съществува, ако валутният курс не е гъвкав, а е фиксиран, и цените в двете държави се променят с различна динамика. Този проблем е актуален за България, защото курсът на лева спрямо еврото е фиксиран. Да направим пример. Дадена българска компания има дългогодишни бизнес отношения с германска компания. Българската фирма внася техника от Германия, а германската компания внася велосипеди от България. През 2000 г. една машина от Германия е струвала 200 евро, което обрънато в левове е около 400 лева. През тази година един велосипед в България струва 50 лева, следователно цената в Германия би била 25 евро. През 2010 г. обаче нещата стоят различно. За тези 10 години в България са се натрупали големи ценови промени – инфлацията през някои години е била съществена. Променили са се цените на суровините, както и средните работни заплати. Същото се е случвало и в Германия, но в много по-слабо изразено; т.е. цените в Германия не са променили толкова драстично, колкото в България. Предвид това, един велосипед в България вече струва 200 лева. Изнася се в Германия на цена 100 евро (преди беше 25 евро), а една машина в Германия струва 250 евро (има нарастване, но не е толкова

голямо). В България се внася за 500 лева (преди е струвала 400 лева). От една страна, износът на България към Германия се оскъпява и това намалява конкурентните предимства на българските износни производства. От друга страна, германският внос **реално** поевтинява. Казваме, че реално поевтинява, въпреки че номинално поскъпва със сто лева, защото 400 лева през 2000 г. реално са били много повече от 500 лева през 2010 г. (можели сме да си купим много повече неща с 400 лева през 2000 г. отколкото с 500 през 2010 г.). Реално вносът става по-конкурентен на българския пазар. Тъй като курсът между левът и еврото е фиксиран, липсва пряк механизъм, по който номиналният валутен курс да бъде коригиран с разликата в ценовите равнища.

Поглед назад

Валутният курс представлява стойността на дадена валута по отношение на друга. Той може да се определи в пряка или в косвена котировка.

Много валутни курсове са гъвкави, т.е. определят се от търсенето и предлагането на съответните валути и от доверието в тях. Тогава промените във валутните курсове се определят като поскъпване или поевтиняване на едната валута спрямо другата. Понякога, обаче, валутният курс се определя от държавата. Това означава, че съответната държава фиксира курсът на националната валута към дадена чуждестранна валута. Ако държавата реши да промени този курс, тогава ще се установи ново, фиксирано ниво на курса. В този случай, промените не се наричат поевтиняване или поскъпване на валутата, защото са обект на целенасочени действия от страна на държавата, а не резултат от пазарните механизми. Ако българското правителство реши да промени валутния курс на лева спрямо еврото от 1,95583 лева/ евро на 3 лева/ евро, това ще означава, че държавата извършва **девалвация** на лева. На практика, левът става по-евтин отколкото преди. Ако българското правителство промени курс на 1 лева/ евро, това ще означава, че прави **ревалоризация** на лева. Левът става по-скъп отколкото преди.

Валутните курсове могат да бъдат представени в номинално или в реално изражение. Номиналният валутен курс представлява цената на дадена валута изразена чрез друга валута. Реалният валутен курс между две държави се изчислява като се умножи номиналният валутен курс по съотношението между ценовите равнища в двете държави.

Валутните курсове оказват влияние върху международната търговия, а оттам върху конкурентоспособността на местно производство на вътрешните и външните пазари, когато номиналният валутен курс не отразява разликите в ценовите равнища в двете държави. Това може да се случи, и когато курсът е гъвкав, и когато е фиксиран.

Основни понятия

Пряка и косвена котировка
Гъвкав и фиксиран валутен курс
Девалвация

Ревалоризация
Номинален валутен курс
Реален валутен курс

Подгответе писмено:

Въпроси за проверка на знанията

1. Какво представлява валутния курс? Как може да се представи?
2. Каква е разликата между номинален и реален валутен курс?
3. Какво е девалвация и какво е ревалоризация?

Есе

1. Анализирате какви са ефектите за международните позиции на дадена държава при гъвкав и при фиксиран валутен курс.

Библиография и полезни източници:

1. Стефанов, Ст., (2009). Международна икономика, стр. 225-260.
2. Baumol, William J., Alan S. Blinder (2009). Macroeconomics: Principles and Policy. 11th ed., South-Western Cengage Learning, pp. 379-400.
3. Mishkin, Frederic. (2012). Macroeconomics. Policy and practice. Pearson Education, pp. 423-449.
4. Parkin, Michael. (2012). Macroeconomics. 10th ed., Pearson Education, pp. 212-225.
5. Официална страница на Международния валутен фонд: www.imf.org.
6. Официална страница на Българска народна банка: www.bnb.bg.

Примерен тест

1. При намаляване на цената на една стока (при равни други условия)?
 - а) намалява предлагането ѝ
 - б) увеличава се търсенето ѝ
 - в) нараства търсеното ѝ количество
 - г) нараства предлаганото ѝ количество
2. В концепцията за ограничените ресурси те се определят като?
 - а) природни (първични) ресурси
 - б) капиталови блага
 - в) всички ресурси, които се използват за задоволяване на неограничените потребности
 - г) достъпни за някои хора, но недостъпни за други
3. Коя от посочените пазарни характеристики не се отнася до съвършената конкуренция?
 - а) на пазара се предлагат еднородни продукти от много на брой фирми
 - б) всяка фирма има малък пазарен дял
 - в) всяка фирма може да си определя сама цената, по която продава
 - г) достъпът до пазара е свободен
4. Микроикономиката е дял от икономическата теория, чиито обект е?
 - а) функционирането на цялата стопанска система
 - б) поведението на фирмите и домакинствата на единичните пазари
 - в) вноса и износа на една страна
 - г) паричната политика
5. Алтернативната цена на избора на един конкретен начин на използване на ограничените ресурси е?
 - а) паричните разходи за закупуване на ресурсите
 - б) паричната оценка на приходите от използването на ресурсите
 - в) оценката на най-добрата пропусната възможност
 - г) оценката на най-нежеланата възможност за тяхното използване
6. Ако на един пазар се е установила цена, която е по-висока от равновесната, то на него възниква?
 - а) алтернативно търсене
 - б) алтернативно предлагане
 - в) излишък
 - г) дефицит
7. В резултат на намаление на цената на една стока с 20%, купуваните количества от нея нарастват от 500 на 550 бр. дневно. Търсенето на стоката е?
 - а) нееластично
 - б) еластично
 - в) симетрично (единично) еластично
 - г) безкрайно еластично
8. Олигопол е пазарна структура, при която?
 - а) няколко фирми предлагат сходни продукти
 - б) една фирма предлага еднороден продукт
 - в) много фирми предлагат различни продукти
 - г) много фирми предлагат само еднородни продукти
9. Основните проблеми на икономическата система са?

- а) какво, как и за кого да се произведе с ограничените ресурси
 - б) как да се разпределят справедливо благата в обществото
 - в) как да се поддържат стабилни цени на стоките
 - г) каква да бъде данъчната система
10. Кой от следните въпроси се включва в предмета на микроикономиката?
- а) кои са причините за безработицата в стопанството?
 - б) конкурентен ли е пазара на автомобили?
 - в) има ли у нас икономически растеж през последната година?
 - г) стабилен ли е валутния курс?
11. Коя от посочените мерки представлява налагане на ценови праг?
- а) контрол върху цените на наемите с цел защита на наемателите с ниски доходи
 - б) контрол върху заплатите, за да се защитят работници с ниски доходи
 - в) контрол върху цените на основни храни, за да се защитят потребителите с ниски доходи
 - г) контрол върху цените на билетите за градски транспорт, за да се защитят пътниците с ниски доходи.
12. Когато икономическите проблеми се решават при комбинация от пазарни механизми и държавна намеса, типът система е:
- а) традиционна икономика
 - б) командна икономика
 - в) пазарна икономика
 - г) смесена икономика
 - д) частична икономика
13. Когато даден пазар е в равновесие:
- а) търсените и предлагани количества от стоката съвпадат
 - б) сделките се осъществяват по равновесна пазарна цена
 - в) силите на търсенето и предлагането са перфектно балансирани
 - г) могат да съществуват едновременно излишък и дефицит
 - д) вярно е посоченото в първи, втори и трети отговор.
14. Законът за търсенето гласи, че:
- а) превишаването на предлагането над търсенето води до спад в цената
 - б) когато доходите на потребителите нарастват, те купуват повече стоки
 - в) кривата на търсенето обикновено има положителен наклон
 - г) ако цената на стоката намалява, търсените количества от нея нарастват
 - д) превишаване на търсенето над предлагането води до ръст в цената
15. С какво може да се обясни движението по кривата на предлагане на стоката?
- а) намаляване на предлагането на стоката
 - б) нарастване на предлагането на стоката
 - в) нарастване на доходите на потребителите
 - г) нарастване на интереса и потребителските предпочитания на купувачите към стоката
 - д) промяна в цената на стоката
16. Какво води до растеж на икономиката в дългосрочен план?
- а) Повишаване на производителността на труда
 - б) Повишаване на ценовото равнище
 - в) Повишаване на лихвения процент

- г) Повишаване на паричното предлагане
- 17. Фискална политика се провежда чрез действия в областта на:
 - а) данъци и правителствени разходи
 - б) операции на открития пазар и минимални задължителни резерви
 - в) данъци и операции на открития на пазар
 - г) операции на открития пазар и правителствени разходи
- 18. Кое от посочените не е инструмент на централната банка за промяна на паричното предлагане?
 - а) Операции на открития пазар
 - б) Данъци
 - в) Определяне на дисконтов лихвен процент
 - г) МЗР
- 19. Какъв е ефектът, когато централната банка продава държавни ценни книжа на открития пазар?
 - а) Намалява правителствените разходи
 - б) Увеличава правителствените разходи
 - в) Намалява паричното предлагане
 - г) Увеличава паричното предлагане
- 20. Кое от посочените не е начин за провеждане на рестриктивна парична политика?
 - а) Увеличаване на МЗР
 - б) Увеличаване на дисконтовия лихвен процент
 - в) Продажба на държавни ценни книжа на открития пазар
 - г) Увеличение на данъците
- 21. Кое от посочените е пример за провеждане на стимулираща фискална политика?
 - а) Намаление на данъците
 - б) Увеличение на данъците
 - в) Намаление на правителствените разходи
 - г) Намаление на минималните задължителни резерви
- 22. Какъв е ефектът върху богатството при намаляване на ценовото равнище?
 - а) Намалява богатството
 - б) Увеличава богатството
 - в) Няма ефект върху богатството
 - г) Зависи
- 23. Какъв е ефектът върху потреблението, когато домакинства станат или се почувстват по-богати?
 - а) Увеличават се разходите за потребление
 - б) Намаляват разходите за потребление
 - в) Няма ефект
 - г) Може да се определи само, ако се знае какво е нивото на спестяванията
- 24. В условия на рецесия, като правило, се наблюдава увеличение на:
 - а) лихвения процент
 - б) инфлацията
 - в) икономическия растеж
 - г) безработицата
- 25. Стагфлацията е комбинация от:
 - а) икономическа стагнация и дефлация

- б) увеличаване на безработицата и задълбочаване на рецесията
 - в) увеличаване на безработицата и ускоряване на инфлацията
 - г) високи лихвени проценти и висока инфлация
26. Бизнес циклите в икономическата активност се характеризират с:
- а) последователни периоди на експанзия и затихване
 - б) преминаване от планова към пазарна икономика
 - в) преминаване от пазарна към планова икономика
 - г) устойчиво доближаване на икономиката до нивата на потенциален БВП
27. Терминологията, с която се описва един типичен бизнес цикъл, обикновено не включва понятието:
- а) връх
 - б) рецесия
 - в) дъно
 - г) възстановяване
 - д) деноминация
28. Категорията „обезкуражени” включва лица:
- а) които са неудовлетворени от своята работа
 - б) чиито способности не се използват пълноценно на работното място
 - в) които са загубили надежда, че ще намерят работа и са престанали да търсят такава
 - г) чиято квалификация вече не е търсена на пазара
29. Кой от следните индекси измерва отражението на ценовите колебания върху доходите на домакинствата:
- а) инфлационен индекс
 - б) индекс на потребителските цени
 - в) индекс на цените на производител
 - г) дефлатор на БВП
30. Коя от следните групи губи най-много при непредвидена инфлация?
- а) Хората с фиксирани доходи
 - б) Длъжниците
 - в) Собствениците на фирми
 - г) Правителството

Верни отговори: 1:В; 2:В; 3:В; 4:Б; 5:В; 6:В; 7:А; 8:А; 9:А; 10:Б; 11:Б; 12:Г; 13:Д; 14:Г; 15:Д; 16:А; 17:А; 18:Б; 19:В; 20:Г; 21:А; 22:Б; 23:А; 24:Г; 25:В; 26:А; 27:Д; 28:В; 29:Б; 30:А.